

Organisé par l'Association Française des Fundraisers

14e séminaire francophone de la collecte de fonds

PROGRAMME

mécénat

stratégie

marketing

digital

philanthropie

3 JOURNÉES DE FORMATION

FIAP JEAN MONNET, PARIS

Le rendez-vous incontournable des « Superfundraisers » !

23, 24, 25 juin 2015

www.fundraisers.fr



Et si vous vous intéressiez à la **DRTV** pour booster votre collecte ?



L'usage de la TV a toujours été un paradoxe dans l'univers de la collecte de fonds : trop cher, difficile à manipuler, complexité de contrôle du ROI, réservé aux très grandes associations, chasse gardée du Service Communication… Pourtant, c'est la télévision qui a construit de grandes associations partout dans le monde et aussi en France. Le Téléthon, le Sidaction, Les Restos du cœur, MSF… sont tous "des enfants de la télé". Mais comment utiliser le média TV ? De façon publicitaire, avec l'appui "probono" d'une agence de communication ? Nous n'avons jamais pu déterminer que ce type de campagne crée une avalanche de dons complémentaires… Au Royaume-Uni pourtant, depuis 3 ans, on ne jure plus que par la télévision ! 40 associations sont régulièrement sur les écrans britanniques pour prospecter massivement de nouveaux donateurs avec un nouveau format : la DRTV ! Et avec succès ! Ce média pèse pour 30 % des prospections ! ***Et si, vous aussi, aujourd'hui, vous révisiez votre regard sur l'usage du média TV en collecte ?***

4 raisons d'inclure la DRTV dans votre stratégie média de prospection :

1. Le prix *: pas si chère ! Car la DRTV va privilégier non pas le nombre de personnes exposées, mais le nombre de passages à l'acte ! Dès lors, le médiaplanning est un élément clé du succès de ce média qui va s'attacher à cibler un public "capable-de-faire-un-don-par-sms-ou-par-téléphone-après-avoir-vu-un-spot".*

2. L'efficacité *: la notoriété n'est pas nécessaire pour obtenir des résultats via la DRTV. La cause et la puissance de l'appel prennent le pas sur le nom. L'émotion générée est la clé. La longueur du spot permet, par la répétition du problème à résoudre et de la promesse-donateur, une puissante sensibilisation, favorisant ainsi son passage à l'acte.*

3. De nouvelles cibles *: la DRTV touche un public nouveau, choisi et restreint, plus ciblé qu'une publicité TV classique. Le message véhiculé ne peut qu'en être plus percutant et efficace ! Ces donateurs sont aussi un formidable réservoir de prélèvements automatiques…*

4. La mesure d'impact et le ROI *: la DRTV appelle, par définition, une réponse immédiate via un "call to action" clair et mesurable.*



EXCEL lance une nouvelle offre de DRTV pour les associations !

Depuis 25 ans, **\EXCEL** accompagne les acteurs de l'intérêt général. Notre force, c'est l'expérience de 450 clients, 2 000 opérations, 1,8 milliards d'euros collectés… Quel meilleur accélérateur de croissance que l'agence qui possède la plus grande étendue d'expertises sectorielles, la plus large palette de clients, au cœur du 2e groupe mondial de communication et de trois réseaux experts et internationaux en collecte de fonds ?

Imaginer. Créer. Innover. Depuis toujours, nous sommes portés par la volonté de faire progresser la collecte de fonds. C'est ainsi qu'en relation avec 2 partenaires, nous avons élaboré une offre spécifique et pointue de DRTV reposant sur les meilleurs modèles internationaux. Si le sujet vous intéresse, nous vous invitons cordialement et sans engagement à poursuivre la discussion en direct :

francois.couignoux@excel.fr - 01 49 09 60 50
www.excel.fr

Accélérateur de stratégies fundraising

Les chiffres clés du séminaire

14ème édition du séminaire
50 ateliers enrichis et renouvelés
Plus de **100** intervenants experts et praticiens du fundraising
Plus de **500** professionnels de la collecte de fonds attendus



Chers amis fundraisers,

Voici ouverte la 14ème édition du séminaire francophone de la collecte de fonds, le plus grand événement de la collecte francophone.
C'est un moment important pour nous tous, qui pratiquons ce métier peu ordinaire de fundraiser.
Un moment clé pour échanger, prendre du recul, développer son réseau, consolider les pratiques, ...
C'est également **une occasion unique de se mettre en prise directe avec la réalité, l'évolution de nos métiers, la mutation de nos activités.** Parmi ces mutations, il en est une que nous ne savons pas toujours aborder : celle du **digital.**
C'est la raison pour laquelle le programme du séminaire 2015 laisse la part belle à ce sujet majeur, en abordant notamment la disparition progressive des frontières entre le online et le offline, la réorganisation de la collecte liée à la transversalité du numérique, ou encore les modifications de la relation entre les donateurs et les associations induites par le digital.
Bien entendu, nous avons à coeur de vous offrir un programme le plus complet possible sur l'ensemble des modes de collecte : **grands donateurs, partenariats entreprises, crowdfunding, marketing direct, legs, etc.**

Au-delà de ces sujets techniques, nous avons choisi d'intégrer des ateliers de développement personnel, afin que ce séminaire soit aussi un temps pour prendre soin de vous...

Il y en a pour tous les niveaux, de débutant à expert, et aux formats variés : ***coachings*, ateliers, *master classes*, *speedfundatings*, etc.**

À tous ces ingrédients qui font la recette de ce séminaire s'ajoute un ingrédient auquel nous tenons tous beaucoup : **la convivialité.**

Toute l'équipe de l'Association Française des Fundraisers (qui est avant tout VOTRE association, à vous, fundraisers) se réjouit de vous retrouver ou de vous rencontrer au cours de ces journées, et vous souhaite trois riches journées d'échange et de partage !



Yaële Aferiat
Directrice de l'Association
Française des Fundraisers







Je vous remercie pour l'organisation de ce séminaire, qui fut particulièrement enrichissant tant en termes de networking qu'en termes de contenus. La variété des interventions et la qualité des intervenants permettent réellement de découvrir certaines facettes du métier et de développer ses compétences de façon plus approfondie sur d'autres. Je n'hésiterai pas à revenir à la prochaine édition.

Vincent Brémond
Digital Fundraising - PSO France

Les essentiels pour profiter du séminaire

ACCÈS AUX ATELIERS

Vous n'avez pas besoin de vous préinscrire pour les ateliers, ils sont en libre accès. Nous vous conseillons cependant d'arriver dans la salle 10 minutes avant le début de chaque session pour être sûr d'y avoir une place. Un certain nombre d'ateliers seront doublés, c'est-à-dire reconduits durant la conférence, pour vous permettre d'y assister en cas de session complète.

DROIT À L'IMAGE

Vous êtes susceptibles d'être photographiés ou filmés lors de la formation. Si vous ne souhaitez pas apparaitre sur les films et photos, merci de le préciser à l'accueil du séminaire.

SÉMINAIRE 2.0

Un accès Wifi sera disponible gratuitement et les codes seront affichés pour vous permettre de vous connecter. Retrouvez toutes les informations sur le séminaire via le hashtag #AFFsemi2015 et n'hésitez pas à interagir lors des sessions sur Twitter et ConnexMe.

PRÉSENTATIONS EN LIGNE

À l'issue de la conférence, retrouvez toutes les présentations des intervenants sur notre site www.fundraisers.fr. Elles seront disponibles en libre accès pendant 3 mois.

RESTAURATION

Les déjeuners des 23, 24 et 25 juin sont compris dans le prix de la formation et se dérouleront dans les locaux du FIAP Jean Monnet. Trois « pauses café » sont également prévues par jour et auront lieu dans le hall d'accueil aux heures indiquées sur le planning. Les dîners ne sont pas compris dans la formation.

VESTIAIRES

Vous pourrez disposer vos affaires dans un vestiaire **non gardé** se trouvant dans la salle du staff. L'AFF décline toute responsabilité en cas de perte ou de vol.

INFORMATIONS PRATIQUES

Dates : 23, 24 et 25 juin 2015
Lieu : FIAP Jean Monnet, 30 rue Cabanis, Paris 14ème
Accès : Métro : Ligne 6 - Glacière et Saint-Jacques
RER B : Denfert Rochereau
Stations Vélib' à proximité



Espaces d'exposition

Le séminaire est aussi un bon moment pour rencontrer (ou revoir) des prestataires et agences experts.
Venez rencontrer les exposants du séminaire pendant les 3 jours dans deux espaces privilégiés (au rez-de-chaussée et au 1er étage).
Découvrez leurs activités !

AGENCES :

\EXCEL (RDC)

Conexance (1er étage)

Maxyma (1er étage)

Optimus (RDC)







DATA :

Eudonet (RDC)

Logilys (1er étage)





MOBILISATION DIGITALE :

Change.org (RDC)



TELEMARKETING :

Adm Value (RDC)

Talk Fundraising (RDC)



BROKERS :

Adress Company (RDC)



Le découpage des journées

mardi 23 juin

8h30 - 9h	accueil des participants
9h - 13h	***master classes****
13h - 14h15	déjeuner
14h15 - 15h	**plénière d'ouverture**
15h - 16h30	**ateliers**
16h30 - 17h	pause café
17h - 18h15	**table-ronde**
18h15	apéro-quizz

mercredi 24 juin

9h - 10h30	**ateliers**
10h30 - 11h	pause café
11h - 12h30	**ateliers**
12h30 - 14h	déjeuner
12h45 - 13h45	*speedfundatings, coachings* **
14h - 15h30	**ateliers**
15h30 - 16h	pause café
16h - 17h	**ateliers focus**
17h15 - 18h30	**cocktail**

jeudi 25 juin

9h - 10h30	**ateliers**
10h30 - 11h	pause café
11h - 12h30	**ateliers**
12h30 - 14h	déjeuner
12h45 - 13h45	*speedfundatings, coachings***
14h - 15h30	**ateliers**
15h30 - 16h	pause café
16h - 17h15	**Pecha Kucha**
17h15 - 17h45	**plénière de clôture**
17h45	départ vers le lieu de la soirée Attention : nouveau lieu !
18h30 - 23h	soirée

* Pour les participants inscrits préalablement aux 3 jours de formation

** Inscription sur place à l'accueil le mercredi 24 juin à partir de 10h30

Programme : mode d'emploi

Monter en compétences et échanger !



Les *master classes* (4h)

sur inscription préalable

Dans des conditions de travail privilégiées, en petits groupes de 20 à 25 personnes, une *master class* permet d'approfondir un sujet en alliant restitution de concepts méthodologiques et travaux pratiques.
Seuls les participants préalablement inscrits pourront assister à la *master class* qu'ils auront sélectionnée lors de leur inscription.



Les ateliers « apnea » (3h)

Approfondir pendant 3h une thématique est parfois nécessaire. C'est pour répondre à cet impératif que les ateliers « apnea », découpés en 2 ateliers d'1h30, sont proposés.



Les ateliers (1h30)

Des professionnels de la collecte présentent un aspect du fundraising et donnent aux participants les notions nécessaires à la bonne appréhension du sujet traité.
Format classique de la conférence, ces sessions ne nécessitent pas d'inscription préalable. Toutefois, le nombre de participants par atelier étant limité à 30 ou 40 participants, les premiers arrivés auront plus de chance d'en obtenir une. Si vous avez manqué un des ateliers qui vous intéresse, regardez dans ce programme s'il n'est pas doublé. Retrouvez-les grâce à la mention ATELIER DOUBLE.



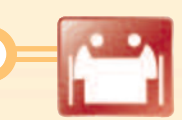
Les ateliers focus (1h)

Ce sont des sessions axées sur des thématiques spécifiques. Ils développent des outils pratiques ou des études de cas. Plus courts qu'un atelier, ils vous permettront de couvrir un nombre plus large de thématiques.



Les tables-rondes (1h15)

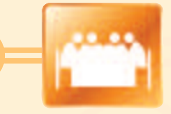
Moment de prise de hauteur, les tables-rondes confrontent les avis de plusieurs intervenants sur un sujet fondamental pour nos métiers. Le débat est modéré par un animateur en charge de recentrer les échanges. Elles sont accessibles à tous sans inscription préalable.



Les *coachings* personnalisés (30mn)

inscription préalable sur place

Venez avec votre question ! Les sessions de *coaching* personnalisé vous permettront de bénéficier des conseils sur-mesure d'un expert sur une problématique bien spécifique. Ce format est en face-à-face (confidentialité garantie !).



Les *speedfundatings* (1h)

inscription préalable sur place

Retrouvez des experts du fundraising pour poser vos questions lors d'un moment privilégié de rencontre et d'apprentissage par l'échange par petits groupes de 4 personnes. Inscriptions sur place uniquement. Les *speedfundatings* se déroulent pendant les pauses-déjeuner (repas fourni).



Les sessions networking (1h30)

Ces sessions, animées par des spécialistes, sont spécialement prévues pour vous permettre de rencontrer des professionnels proches de votre secteur d'activité, afin qu'entre pairs vous puissiez partager vos expériences professionnelles et repartir avec de nouvelles connaissances.



Deux autres niveaux de lecture pour construire votre programme :

Thématique des ateliers

17 thématiques propres au secteur de la solidarité sont au programme. Pour mieux vous aiguiller dans vos choix de sessions, vous retrouverez ces thématiques à côté de chaque atelier. Consultez également des suggestions de parcours thématiques p. 19.

Niveau d'expertise en collecte de fonds

Les niveaux des ateliers sont des informations à prendre en compte pour éviter d'assister à une session qui ne répondrait pas à vos attentes. Les niveaux sont accolés aux descriptifs des ateliers :
Tous niveaux / Débutant (moins de 2 ans)
Intermédiaire (2 à 5 ans) / **Avancé** (5 ans et plus)

Certains ateliers seront dispensés en anglais ; ils seront alors marqués de l'Union Jack : 



Au cœur de nos métiers et de nos carrières professionnelles, savoir cultiver son réseau est essentiel. C'est pourquoi l'AFF a décidé de vous proposer de vivre, le mercredi 24 juin, un autre brin de son ADN : le networking.

Cette journée se découpe en 5 temps forts :

9h-10h30 : café networking ouvert à tous

Animé par **Pierre Villelongue** (Association Française des Fundraisers). *Venez prendre l'air de l'autre côté de l'atlantique chez nos cousins du Québec.*

11h-12h30 : *clinic fundraising* sur invitation

Animée par **Alain Pierre** (La Chaine de l'Espoir) et **Sandrine Tiffreau** (BICE). *Échanger avec vos homologues directeurs du développement autour de la question : tensions sur le ROI, innovation en danger ?*
La *clinic fundraising* se poursuivra autour d'un déjeuner au Francilien de 12h30 à 14h.

14h-15h30 : café networking ouvert à tous

Animé par **Sophie Charro** (France Parrainages)
Travaillant dans une petite structure, je dois tout faire tout seul. Comment faire pour mener un fundraising efficace sans risquer le burn-out ?

16h-17h15 : 5 tables networking ouvert à tous

Animées de manière conviviale par des professionnels, ces tables sont l'occasion d'échanger entre pairs et de repartir en ayant fait le plein de nouvelles idées !
Legs : **Johann Hoguin** (Médecins du Monde)
Relations entreprises : **Nadège Passereau** et **Carole Uchan** (Médecins Sans Frontières)
Grands donateurs : **Céline Amet-Hacket** (Institut Gustave Roussy) et **Virginie de Maupeou** (Fondation Apprentis d'Auteuil)
Digital : **Géraud Ahouandjinou** (Consultant) et **Franck Pasquet** (Arrowman / Webassoc)
Marketing direct : **Catherine Ricatte** (Fédération Française de Cardiologie) et **Renaud Wanquet** (Scouts et Guides de France)

17h15-18h30 : cocktail networking ouvert à tous

Afin de clôturer cette deuxième journée de formation, nous vous invitons à vous retrouver pour échanger autour d'un verre (ou deux…) dans une ambiance chaleureuse !

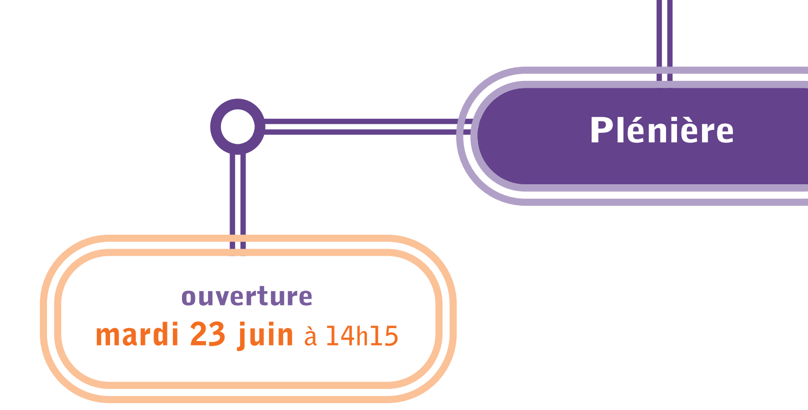
Une application pour favoriser le networking : ConnexMe !

Pourquoi une application dédiée au networking ?
Pour interagir lors de la conférence : entrez en contact avec d'autres participants et organisez vos rendez-vous pour optimiser ces 3 jours.
C'est aussi un outil pour accroître l'interactivité durant les ateliers et les plénières : vous y retrouvez les présentations des intervenants et pouvez les commenter en direct !

Comment ça marche ?
1. Installez l'application Evenium ConnexMe : à partir de votre smartphone, de votre tablette ou de votre ordinateur, rendez-vous sur votre plateforme de téléchargement d'applications (AppStore ou PlayStore) ou sur http://evenium.me (ordinateurs et Windows Phone)
2. Un email de l'AFF via Evenium ConnexMe vous informant de la création de votre compte vous sera adressé : à vous de renseigner votre mot de passe de connexion et de **remplir votre profil**
3. Connectez vos réseaux sociaux afin d'identifier vos amis présents et d'échanger en direct avec eux !

L'équipe de l'AFF sera à votre disposition pour vous offrir le soutien vous permettant d'optimiser l'utilisation de cette application.





Jean-Francois Julliard
Greenpeace France

À la veille de la conférence sur le climat, il est pour nous un grand honneur d'ouvrir cette 14ème édition du séminaire francophone de la collecte de fonds avec Jean-François Julliard, directeur général de Greenpeace France. Ancien journaliste et ancien secrétaire général de Reporters Sans Frontières de 2008 à 2012, son témoignage autour de son engagement, sa vision et ses combats actuels, met notre rencontre annuelle des fundraisers sur la voie de l'engagement.

clôture
jeudi 25 juin à 17h15



Jean-François Rambicur
1001 Fontaines

Co-fondateur de 1001 Fontaines, Jean-François Rambicur a la conviction de soutenir un modèle de *social business*, original et pertinent, inscrit dans la durée et non l'urgence, au service essentiel de l'accès à l'eau potable. Un véritable personnage, au discours idéal pour clôturer notre séminaire et repartir avec une vision forte et innovante.





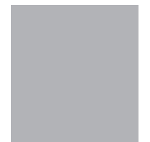
Tables-rondes

mardi 23 juin de 17h à 18h15

Table-ronde

Philanthropie et banque privée : mieux se connaître pour avancer ensemble

Les professionnels de la banque privée accompagnent leurs clients dans leurs choix philanthropiques. Leur point de vue est important, prenons le temps de les écouter. Quelles sont les motivations des philanthropes ? Qu'attendent-ils de nos organisations ? Quelle image ont-ils de notre secteur ? Comment aident-ils leurs clients à discerner les projets qu'ils souhaitent soutenir ? Mais aussi, quels sont les enjeux pour le secteur bancaire ? Pourquoi développe-t-il une offre sur la philanthropie ? Quel est son intérêt ? Les banques ont-elles envie de lier des liens plus étroits avec les organismes sans but lucratif ? Une table-ronde riche d'enseignements.



Valérie Aubier
Crédit Suisse



Dorothée Chapuis
Société Générale



Lionel Farcy
Banque Neufliz-OBC



Croisine Martin-Rolland
Banque Transatlantique



Erwan Kezzar
Simplon.co



Animation : Jean-Marc Pautras
Crédit Coopératif

jeudi 25 juin de 16h à 17h15

Pecha Kucha

Le digital dans tous ses états

Internet est en perpétuelle effervescence depuis plus de deux décennies d'existence. Après la deuxième génération d'applications (le web 2.0), nous parlons maintenant de la 3ème voire de la 4ème génération et bien d'autres à venir… À univers « nouveau », format novateur…

Pecha kucha, vous avez dit Pecha Kucha ?! Profondeur, rapidité et interactivité sont les maîtres mots de ce format avec 6 minutes pour aller à l'essentiel… Les intervenants se prêteront sous vos yeux à cet exercice de haute voltige, et vous permettront d'explorer cette contrée encore inexplorée qu'est l'univers du digital…



Romain Coetmellec
WWF



Nicolas Danet
Change.org



Stéphanie Gelot
Touaregs



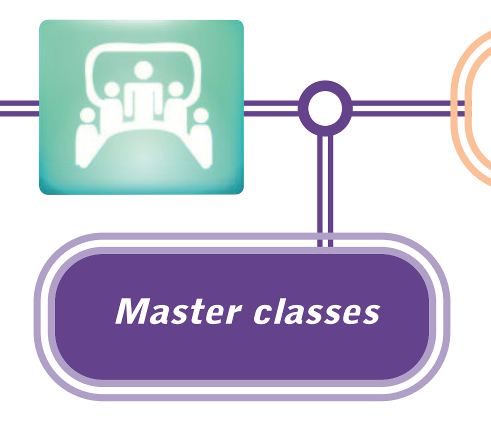
Ismaël Le Mouël
HelloAssos



Franck Pasquet
Arrowman/ Webassoc



Animation : Erwan Kezzar
Simplon.co



jeudi 23 juin
de 9h à 13h

attention, places limitées

Master classes

Master class 1 FONDAMENTAUX DU DIGITAL Débutant

La stratégie digitale au service de votre développement

Nicolas Danet (Change.org)
Jean-Baptiste Paulhet (FIDH)

Le digital est un outil de décloisonnement et de transversalité. Prendre ce virage nécessite de repenser un certain nombre de choses dans votre organisation. Quelle est votre offre en ligne pour vos donateurs, et au-delà pour vos sympathisants ? Avez-vous pensé votre schéma relationnel et votre cycle de communication dans le cadre d'une réelle stratégie digitale ? Enfin, saviez-vous que tout cela se pilote et se mesure ?

Master class 2 GRANDS DONATEURS - Intermédiaire

Transformer votre fundraising avec une stratégie grands donateurs : l'exemple de l'enseignement supérieur et de la recherche.

Frédéric Fournier (Optimus)
Laurent Mellier (Fondation de l'École Polytechnique)

C'est fait : votre organisation s'est lancée dans la collecte grands donateurs et il s'agit désormais de bien mener les choses pour que ce soit une réussite ! Comme votre agenda n'est pas extensible, une stratégie d'ambassadeurs et d'événements sera décisive pour vous épauler dans la prospection et la fidélisation de vos grands donateurs. Maîtrisées avec anticipation et bon sens, ces deux stratégies complémentaires pourront même vous aider à élargir votre périmètre de dons, et/ou à augmenter le don moyen de vos grands donateurs. Cette *master class* partage l'expertise développée par la Fondation de l'École Polytechnique, qui a terminé en 2013 sa première campagne et se prépare à en lancer une deuxième. Cet exemple vous donnera ainsi des pistes pour préparer sereinement ou relancer votre stratégie grands donateurs au sein de votre organisation.



Master class 3 GRANDS DONATEURS - Intermédiaire

Construire un argumentaire pertinent et fédérateur

Martine Godefroid (Factary)
Emmanuel Perrin (Secours Catholique)

Engager durablement donateurs et prospects dans une levée de fonds implique un travail préliminaire de réflexion quant aux ambitions globales de votre institution à plus ou moins long terme. Cette étape incontournable va nécessiter une analyse approfondie des axes de différenciation et des projets transformateurs qui porteront la stratégie de votre organisation et renforceront son positionnement à l'avenir. À travers des exemples concrets, Martine et Sandra aborderont les questions clés auxquelles doit répondre un argumentaire efficace. Elles proposeront des outils méthodologiques inspirés de la philanthropie stratégique. À partir de leurs expériences sur la manière de mobiliser la direction, vous verrez comment mettre en place un processus fédérateur adapté à la situation d'une organisation et à l'avancement de sa réflexion… parce que la construction de votre argumentaire conditionnera le succès de votre fundraising.

Master class 4 LEGS ET LIBÉRALITÉS - Intermédiaire

Le don ultime : aller plus loin avec ses donateurs

Catherine Béchereau (Médecins Sans Frontières)
Marie-Eve Lhuillier (Maxyma)

Les organisations d'intérêt général recueillent 1 milliard d'euros par an via les legs. Le taux de croissance des legs est supérieur à celui du don. Il s'agit d'une ressource très ancienne, aujourd'hui stratégique et pourtant encore insuffisamment exploitée par les associations et fondations. Qui effectue des testaments ? Quelles sont les motivations des legs ? Quelles sont les attentes du public ? Comment parler du legs ? Un marketing de collecte est-il possible ? Quel plan d'action mettre en œuvre ? Avec quel budget ? L'objectif de cette session est de donner aux participants les clés de construction ou d'optimisation d'un véritable plan opérationnel de collecte de legs pour tous types et tailles d'organisations… mais aussi d'échanger et de partager les bonnes pratiques !

Master class 5 MARKETING DIRECT - Expert

Marketing direct : les 3 socles d'une collecte optimisée, prédictive et durable

David Alonso (Faircom Paris)
Philippe Granjon (Concepteur-Rédacteur)
Alain Pierre (La Chaîne de l'Espoir)
Béatrice du Retail (Perce-Neige)
Catherine Ricatte (Fédération Française de Cardiologie)
Sandrine Tourret (Faircom Geneva)

Un plan marketing de collecte est une chose à la fois simple et complexe, il implique rigueur et créativité et fédère plusieurs compétences. Au sein de ce master participatif et collaboratif, animé par des responsables d'associations, vous pourrez échanger autour de 3 axes complémentaires. Comment mieux exploiter vos données, de leur analyse à l'élaboration du plan média fichier ? Comment mettre la créativité et l'efficacité au cœur de vos mailings avec une conception mieux adaptée à votre discours ? Enfin, comment optimiser les processus de fabrication de vos campagnes, car il y a là des économies substantielles à faire ? Pour une expérience encore plus interactive, pensez à venir avec vos mailings !





Master class 6 MANAGEMENT - Expert

Manager son équipe au service d'un fundraising efficace

Pierre-Bernard Le Bas (Coach)

Nos équipes sont ce qu'il y a de plus précieux pour réaliser notre mission. Comment passer d'un groupe d'individualités à une réelle cohésion d'équipe et atteindre la performance recherchée ? Cet atelier se veut un temps d'échange de nos pratiques de « *leadership* » ainsi qu'un temps d'apport d'outils concrets en motivation, coaching et gestion d'équipes. À l'issue de ce master, vous aurez acquis de nombreux outils et compétences supplémentaires pour animer et coacher vos propres équipes vers plus de résultats. Session interactive, réservée aux fundraisers « seniors » et à tous ceux en position de direction d'équipes.

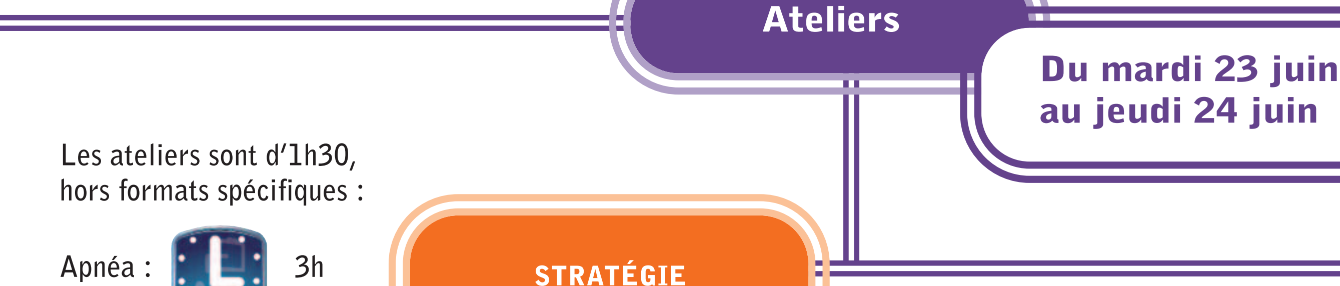
Master class 7 RELATIONS ENTREPRISES Expert

Renouveler ses relations entreprises : comment penser partenariats stratégiques ?

Marie-Caroline Blayn (Mécélink)

Delphine Souffre-Lajus (Solthis)

Renouveler les relations entreprises en fidélisant, c'est possible : pensons partenariats stratégiques et pérennes. À travers des exemples concrets, mais aussi des outils et méthodologies applicables dans vos structures, de l'identification des besoins à la mise en œuvre d'un partenariat fidélisant, les intervenants balaient les principales étapes de construction d'une relation partenariale solide avec les entreprises : le SAV dans le mécénat... Ils proposent des exemples concrets de partenariats en place et évalueront les facteurs clés de succès auprès de cette cible aux intérêts très spécifiques, et au potentiel non négligeable.



Les ateliers sont d'1h30,
hors formats spécifiques :

Apnéa : 3h

Focus :  1h

De la stratégie à sa mise en œuvre au jour le jour, nous avons à cœur de couvrir les thèmes qui font le quotidien des fundraisers, tels que :

1 | CHEMIN PARCOURU - Tous niveaux

Chemin parcouru : Les Restos du Cœur

Benoît Alain et **Stella Antoniadis** (Restos du Cœur)



Venez découvrir l'histoire de la collecte de fonds au sein des Restos du Cœur. Les étapes clés et les enseignements à tirer depuis ses débuts jusqu'à aujourd'hui... Quels choix stratégiques ? Au-delà des techniques, comment maintenir et capitaliser sur ses valeurs fortes historiques, pour collecter efficacement aujourd'hui ? Une immersion riche !

Mercredi 24/06 16h-17h

2 | CHEMIN PARCOURU - Tous niveaux

Chemin parcouru : le Fonds Adie

Catherine Monnier (Fonds Adie)

Le Fonds Adie, fonds de dotation créé par l'Adie, a su développer une stratégie de collecte performante et pérenne. Cet atelier est pour nous l'occasion de profiter de leur expérience. Comment développer la générosité des donateurs, petits et grands, pour soutenir le « microcrédit accompagné » ? L'efficacité du fundraising au service de l'entrepreneuriat.

Jeudi 25/06 11h-12h30

3 | STRATÉGIE 360° - Débutant

Démarrer de zéro : comment faire les bons choix ?



Karine Caby et **Philippe Gervais** (adfinitas)
Mathieu Sidrot (Institut Pasteur Lille)

Petites et moyennes associations : quelles sont les solutions adaptées pour construire un fundraising adapté à votre structure ? Un atelier interactif et pratique où vous pourrez, en fonction de vos capacités d'investissement, envisager une meilleure professionnalisation de votre collecte.

Mercredi 24/06 9h-10h30 (1ère partie)
Mercredi 24/06 11h-12h30 (2ème partie)

4 | STRATÉGIE 360° - Intermédiaire

Communiquer et collecter pour une cause difficile. Mission impossible ?

Nathalie Gautier (AIDES)
Véronique Linares (La Cimade)
Geoffroy Pozzo di Borgo (Aux Captifs la Libération)
Catherine Sudres (Causes & Co)

Toutes les causes n'ont pas le même impact auprès du grand public, des entreprises ou des grands donateurs. Dans cet atelier, des associations vous font part de leur expérience et partagent avec vous leurs bonnes pratiques. Comment ces oubliés de la solidarité travaillent-ils au quotidien pour sensibiliser les décideurs et l'opinion publique ? Entre arguments rationnels et émotionnels, comment font-ils pour susciter l'intérêt et mobiliser des soutiens ? Quelles sont les clés qu'ils utilisent pour continuer à promouvoir leur cause et à financer leurs missions ? Assurée par Catherine Sudres, l'animation interactive est pensée pour vous faire travailler sur les cas concrets évoqués.

Jeudi 24/06 14h-15h30

5 | STRATÉGIE 360° - Intermédiaire

Offrez-vous un petit tour du monde de l'innovation en fundraising !

Charlotte Carrier et **François Couignoux** (\EXCEL)

Si vous êtes en recherche d'idées nouvelles, hors des sentiers battus en collecte de fonds, ou tout simplement d'inspiration, alors cette session est faite pour VOUS ! Installez-vous confortablement au fond de votre siège et partons ensemble à la découverte de quelques-unes des campagnes internationales les plus créatives en fundraising. Vous constaterez, à l'issue de ce voyage, que les fundraisers du monde entier peuvent faire preuve d'une créativité débordante !

Mardi 23/06 15h-16h30



6 | STRATÉGIE 360° - Intermédiaire

Y a-t-il une vie pour la collecte middle do sans l'ISF ?

Philippe Doazan (Duniya)

La collecte de fonds des donateurs moyens est un segment souvent délaissé, mais qui a retrouvé un regain d'intérêt ces dernières années avec la collecte ISF. Pour autant, le développement de dons moyens n'est pas le domaine réservé de l'ISF. D'autres approches existent qui permettent de jeter un pont entre les univers des stratégies grands donateurs et celles des stratégies grand public. Venez découvrir à travers cet atelier à la fois technique, pédagogique et participatif, les clefs du succès de votre collecte middle do et le potentiel que vous pouvez en tirer, même si vous ne pouvez pas émettre de reçu fiscal dans le cadre d'une campagne ISF.

Mardi 23/06 15h-16h30

7 | STRATÉGIE 360° - Expert

Bien gérer la relation donateurs parce qu'ils le valent bien !

Violaine Boccas et **Frédéric Théret** (Fondation de France)

La relation donateurs est un élément clé de la fidélisation, et pourtant elle ne fait bien souvent pas l'objet de suffisamment d'attention. « Je ne suis pas un numéro ! » pourraient s'exclamer nombre de donateurs… L'individualisation de la relation donateurs est devenue un enjeu majeur de différenciation et de fidélisation. Comment faire en sorte que votre donateur se sente unique alors que vous gérer des milliers voire des millions de contacts ? Comment transposer les bonnes pratiques du secteur marchand tout en restant dans les codes relationnels du secteur non-marchand ? Comment organiser cela en interne ? Quels processus mettre en place ? Pour mettre cette réflexion en action, la Fondation de France n'a pas hésité à recruter une personne issue de la relation client chez Orange puis Darty : Violaine Boccas. Venez apprendre de cette véritable étude de cas. Alors, relation clients/relation donateurs : même combat ?

Jeudi 25/06 9h30-10h30

8 | STRATÉGIE 360° - Expert

L'audit stratégique de fundraising : de la définition de l'offre au choix des canaux de collecte

Olivier Ducasse et **Lydia Barès Roques** (\EXCEL)

Les canaux de collecte n'ont cessé de se multiplier. Il s'en créé chaque jour de nouveaux. Les « cibles » de donateurs sont multiples. La seule chose qui n'est pas extensible, c'est le budget affecté à la collecte. Comment orchestrer les différents canaux ? Lesquels choisir ? Quel budget affecter ? Mais aussi quels éléments de discours développer ? Cette session a pour objectif de partager quelques outils d'aide à la décision utiles aux responsables du fundraising.

Mercredi 24/06 14h-15h30

9 | STRATÉGIE À L'INTERNATIONAL

Tous niveaux

Entre mirage et réalité, le Moyen Orient : l'Eldorado du fundraising ?

Christopher Carnie (Factary)

En ces temps de morosité économique en France, vous êtes de plus en plus nombreux à rechercher hors du territoire national les grands donateurs susceptibles de soutenir votre institution. Il est vrai que dans une économie globale, les « frontières du don » sont en train de tomber. L'intervenant, familier de la collecte à l'international, partagera leur expertise de la collecte auprès de grands donateurs du Moyen-Orient. Alors, le Moyen-Orient est-il vraiment l'Eldorado du fundraising ?

Mercredi 24/06 11h-12h30

10 | STRATÉGIE À L'INTERNATIONAL - Expert

Les fondations américaines : l'art et la manière de les solliciter

Eelco Keij (Université de Radboud)

Pays doté d'une vieille tradition de philanthropie, les États-Unis ont créé un nombre très important de fondations en capacité de soutenir financièrement des projets de tous types. Encore faut-il savoir comment les approcher et comment les intéresser. L'atelier animé par un spécialiste des fondations américaines est une chance pour tous ceux qui veulent diversifier leur collecte et la rendre transatlantique.

Mardi 23/06 15h-16h30 et ?????????

11 | STRATÉGIE MULTICANALE - Débutant

Prospecter avec une stratégie multicanale

Alexandre Ayad (Givexpert)
Emilie Bonnefoy (ONG Conseil)
Jean Grare (Talk Fundraising)

Toucher un prospect par différents canaux est aujourd'hui techniquement possible. Comment bâtir une stratégie la plus impactante possible et réussir à parler d'une seule voix ? Du choix des cibles au message à envoyer par la lettre, l'e-mail, l'argumentaire téléphonique, le fundraiser devient un homme/une femme orchestre.

Mardi 23/06 15h-16h30

12 | STRATÉGIE MULTICANALE - Intermédiaire

Révolution dans le télémarketing caritatif !

Vincent Créhalet (CARE France)
Pascal Fréneaux (ADM Value)
Arnaud Masselin (adfinitas)

Du multicanal, du vrai ! On en parle beaucoup mais qui fait réellement du multi-canal ? Une session fondamentale pour bien comprendre ce qu'est une stratégie où le téléphone est parfaitement intégré à une approche globale du donateur. Des exemples concrets et pratiques de télémarketing.

Mardi 23/06 15h-16h30

13 | STRATÉGIE DIGITALE - Tous niveaux

Vers une stratégie de fundraising digital



Eric Dutertre (\EXCEL)
Laurent Friard (Collectif PLUS par Ecedi)
Thierry Royer (Ecedi)
Christine Tabuenca (ARSLA)

Le fundraising digital est en marche, c'est une évidence. Mais comment l'aborder de façon stratégique ? En relation avec les autres médias de collecte de fonds ? Au cœur de la relation donateur multicanale ? Quels investissements, pour quels retours ? Quels outils mettre en oeuvre et que faire avec les réseaux sociaux ? Nous évoquerons avec des cas réels, dans cet atelier, tant la montée en puissance d'une stratégie digitale pour une organisation qui se lance dans le e-fundraising, que le redéploiement stratégique des canaux et modes de conversion pour une organisation sans but lucratif déjà « digitalisée ».

Jeudi 25/06 9h30-10h30 (1ère partie) et **11h-12h30** (2ème partie)

14 | STRATÉGIE DIGITALE - Expert

Le fundraising par e-mail, ça fonctionne ! Apprenez comment...

Nicolas Danet et **Vanessa Ritter** (Change.org)

Fundraisers, vous le savez, l'email a changé la voie de communiquer. Plus de 132 milliards d'emails sont envoyés par jour. Avec délectation nous nous lançons dans ce nouveau type de relation avec l'espoir d'y trouver un nouveau vecteur de collecte. Nous le savons, le digital se mérite : sachons mieux investir dedans. L'enjeu est de mieux maitriser notre stratégie de communication par email pour atteindre un meilleur ROI, et mieux toucher les donateurs. Des cas concrets pour illustrer comment vos organisations peuvent bien utiliser cet outil et en améliorer la pratique.

Mercredi 24/06 14h-15h30

15 | MARKETING DIRECT - Tous niveaux

***Direct Response TV*, les exemples européens qui montrent la voie**

Valérie Daher (ACF Development)
Gerhard Pock (Donicité)

En Asie, en Amérique du Nord et au Royaume-Uni, la *Direct Response TV* (DRTV) est un outil de collecte de fonds déjà répandu et bien établi. Au Royaume-Uni, jusqu'à 25% de l'ensemble des nouveaux donateurs sont recrutés de cette manière. En France et en Autriche, cette approche est encore à ses balbutiements. Cependant, les campagnes expérimentales initiales dans ces pays sont prometteuses, tant pour approcher de nouveaux donateurs que pour les rallier à votre cause. Dans cette présentation, vous apprendrez à partir d'exemples concrets pourquoi et comment la DRTV peut aussi être appliquée avec succès en France. Vous découvrirez aussi le champ des possibilités qu'ouvre cet outil de collecte.

Mercredi 24/06 14h-15h30

16 | MARKETING DIRECT - Tous niveaux

Les clés du porte à porte

Damien Cousin et **Marie Pierson** (Médecins du Monde)
Sabrina Valy (France Générosités)

Chercher à être toujours au plus près de nos prospects, ce rêve de tout fundraiser est aujourd'hui possible. L'innovation majeure du marketing direct en France qu'est le face-à-face connait aujourd'hui un nouveau virage avec le *door-to-door.* Pour mieux comprendre de quoi il s'agit, cet atelier veut présenter la technique du porte-à-porte dans son contexte global du face-à-face. Vous pourrez profiter de l'expertise de fundraisers qui organisent ce type de campagnes.

Mercredi 24/06 9h-10h30

17 | MARKETING DIRECT - Débutant

Quels fichiers pour contrer la crise de la prospection ?

Virginie Chesnay-Goncalves (Adress Company)
Marie-Laure Febvre (Conexance)

Véritable casse-tête du fundraiser : trouver le bon fichier de prospection. Comment faire de cette quête un des secrets pour contrer la crise de la prospection ? Basé sur l'expérience de terrain, cet atelier donne des clés pour savoir comment renouveler ses sources de fichiers, utiliser les méga-bases, mais aussi aborder la question des échanges emails/numéros de téléphone.

Mercredi 24/06 14h-15h30

18 | MARKETING DIRECT - Intermédiaire

La data, le bon outil pour détecter les middle do et réussir sa campagne ISF

Daniel Bruneau (Association des petits frères des Pauvres)
Pierre Lerouge (Oktos)

Le marketing direct vu d'en haut : montez sur l'échelle de la valeur. Cette session vous fait changer de point de vue sur l'utilisation de vos data pour mieux repérer vos potentiels middle et grands donateurs. Avec un ciblage plus fin, c'est toute votre stratégie de marketing relationnel qui est renforcée. Un atelier très pratique, qui prouve encore qu'un bon ciblage a des effets positifs sur tous vos indicateurs de collecte.

Mercredi 24/06 9h-10h30

19 | MARKETING DIRECT - Expert

Le *marketing automation*, kézako ?

Pascal Angeli (Selligent)
Carine Vincent (Everial)

Le marketing relationnel et le multicanal nécessitent la mise en place d'outils qui permettent de passer d'une logique de masse à une logique de plus en plus fine. Nous cherchons ici à tendre vers le *one-to-one*. Ceci ne peut se faire sans une certaine automatisation ; d'où le développement du *marketing automation*. À quoi ça sert ? Qui fait quoi (éditeur, gestionnaire BDD, utilisateur final...) ? Quelle est la cartographie fonctionnelle des principales solutions ? Est-ce aussi simple qu'appuyer sur un bouton ?

Jeudi 25/06 14h-15h30

20 | TECHNIQUE DU DIGITAL - Tous niveaux

Repenser la collecte dématérialisée : la générosité embarquée

Olivier Cueille (MicroDON)
Antoine Vaccaro (Cerphi)

Phénomène de masse, la digitalisation nous aide à motiver le grand public à donner lors d'actes simples de tous les jours comme faire un achat, téléphoner, recevoir son salaire... Véritable session de prospective, c'est la cadre même de la générosité du public qui s'ouvre sous vos yeux. Pour des lendemains où les limites sont toujours repoussées plus loin.

Jeudi 25/06 14h-15h30



21 | TECHNIQUE DU DIGITAL - Débutant

L'utilisation des réseaux sociaux dans le cycle de transformation

Christophe Basset (Conscient Network)

Collecter directement par les réseaux sociaux n'est aujourd'hui pas une réalité. Par contre, savoir utiliser les réseaux sociaux dans sa stratégie de marketing relationnel est un réel facteur de transformation au don. Venez dans cette session très méthodologique pour sortir enfin du « *like* » et faire des réseaux sociaux un outil de mobilisation au service de la collecte.

Mercredi 24/06 11h-12h30

22 | TECHNIQUE DU DIGITAL - Intermédiaire

La campagne de fin d'année, un moment particulier à ne pas rater

Géraud Ahouandjinou (Conseil)
Alain Pierre (La Chaîne de l'Espoir)

On assiste à une forte concentration de la collecte en fin d'année. Il devient impératif d'optimiser cette période, de profiter des opportunités que représente Noël, mais aussi l'émission des reçus fiscaux de fin d'année pour engranger le plus de dons possible. Concentrée sur la collecte web, cette session montre comment bien penser ses tests en amont et créer l'urgence des derniers jours de l'année.

Mercredi 24/06 9h-10h30

23 | TECHNIQUE DU DIGITAL - Expert

***Tracking* et data vers une utilisation pratique**

Raphaelle Hutin-Menajovsky (Webassoc)
Sébastien Noël (Yahoo France)

Tracking et data sont des gros mots du marketing digital. Comment les faire sortir du concept et les rendre enfin pratiques ? En regardant de près vos campagnes de médiatisation, vous pourrez y arriver. En définissant des critères simples de pilotage (e-mail, cookies déposés, analyse des données de comportement de visite du site) mais aussi en gérant votre plan média et les flux de dossiers DMP, vous organisez et rendez accessible votre data. Un atelier pour ne plus être dans la prospective mais dans la technique.

Mercredi 24/06 11h-12h30

24 | LEGS - Tous niveaux



Un tour d'Europe des campagnes grand public de legs en 60 minutes

Patrice Macar (Testament.be)

Partir chez nos voisins belges pour revenir à l'essentiel : comment fonctionne une campagne « collective » de legs ? Avec nos amis belges, nous allons retracer l'historique de la campagne de Testament.be lancée en 2008 et qui est, aujourd'hui, la plus importante d'Europe. Quelles expertises ont-ils développées pour convaincre le grand public (55 ans et plus) en termes de contenus, *print*, affichage, *webvertising, partnersmailing, online*, table-ronde et télévision ? Ensuite, faisons un focus sur les autres campagnes européennes les plus marquantes (Suisse, Pologne, Angleterre, Suède, Pays-Bas, Autriche, Slovaquie).

Mercredi 24/06 16h-17h

25 | LEGS - Intermédiaire

Le legs, ou comment mobiliser en interne

Karine Ruellan (UNICEF France)
Franck Sarriot (APF)

SESSION DOUBLÉE

On communique de plus en plus sur le legs, mais qu'en est-il dans nos organisations ? Comment est appréhendé le legs par notre conseil d'administration, les salariés, les bénévoles ? Avant de communiquer vers l'extérieur, il faut déjà convaincre l'ensemble des parties prenantes, les sensibiliser et lever les tabous. Faisons en sorte que notre réseau devienne le porte-parole du legs, nos meilleurs ambassadeurs auprès de nos bienfaiteurs. Mais pouvons-nous confier ce rôle à tout le monde ? Quels sont les outils à mettre en place ? Comment parler de la mort alors que nous sauvons des vies ? À travers l'évocation de deux expériences croisées , nous essayerons de donner les clefs pour que le legs soit une forme de générosité naturelle pour soutenir notre cause.

Jeudi 25/06 9h-10h30 et **14h-15h30**

> *Je vous remercie pour ce séminaire, très riche, et pour son organisation.*
>
> Carolyne Hervy
> Première Urgence - Aide Médicale Internationale





Ateliers

LES CIBLES STRATÉGIQUES : MÉCÈNES ET PHILANTHROPES

26 | RELATIONS FONDATIONS/ENTREPRISES

Tous niveaux

Session *pitch* : entrainement à l'entretien avec un donateur potentiel

Animateur : **Alexandre Martini** (Optimus)
Jury : **Miren Bengoa** (Fondation Chanel)
Raphaëla Kitson-Pantano (Fonds AXA pour la Recherche)
Anne Lhuillier (Fondation Bettencourt Schueller)

Bien réussir un entretien avec un donateur potentiel ou un mécène, cela demande un travail de préparation. Cette session vous amène de la théorie à la pratique : cadrage méthodologique, *pitch* de certains porteurs de projet volontaires, retour d'un panel d'experts puis échange avec la salle… Apprendre ensemble des réactions à chaud, une nouveauté pour le séminaire.

Jeudi 25/06 9h-10h30

27 | GRANDS DONATEURS

Tous niveaux

Traditions familiales de mécénat : témoignages de philanthropes

Magali Dumas (Fondation Apprentis d'Auteuil)
Marie-Christine Jullion (Fondation Jullion pour l'enfance)

Philanthropie familiale. Que savez-vous des motivations qui la sous-tendent, des attentes de ces mécènes, qui, jusque-là préféraient l'ombre à la lumière ? Pour mieux comprendre la philanthropie familiale, venez écouter le témoignage de Marie-Christine Jullion, co-fondatrice avec son mari de la Fondation Jullion pour l'enfance sous égide de la fondation d'Auteuil. Quand l'histoire d'une famille croise les désirs des individus qui la compose…

Mercredi 24/06 16h-17h

28 | GRANDS DONATEURS - Intermédiaire

ISF : plus qu'une sollicitation ciblée, une véritable "campagne" !

Charlotte Fortun (Optimus)

Et si 2016 et 2017 étaient vos 2 dernières occasions de faire le plein en dons ISF ? Raison de plus de tout faire pour ! Alors que de plus en plus d'organisations se positionnent sur le don ISF, alors que le réflexe don ISF est de plus en plus intégré, votre prochaine campagne se prépare dès maintenant, nourrie des expériences convaincantes des dernières années. Au cours de cet atelier, Charlotte partagera des enseignements pratiques sur les composantes d'une campagne réussie. Approche forcément multi-canale, discours adapté, ciblage *ad hoc*, opportunités en prospection : tour d'horizon des « *must have* » et des « bonus », pour faire la différence et performer sur cette période-clé.

Jeudi 25/06 14h-15h30

29 | GRANDS DONATEURS - Expert

Philanthropie : aspects fiscaux et patrimoniaux

Alexis Bécquart (Delsol Avocats)
Max Thillaye du Boullay (Fondation des Apprentis d'Auteuil)

SESSION DOUBLÉE

La fiscalité ne fait pas le don… mais elle peut y contribuer ! Avec un arsenal juridique et fiscal extrêmement varié et complet, la France offre à ses contribuables toutes les raisons de devenir philanthrope. Bien connaître les dispositifs devient alors la meilleure arme du fundraiser, en particulier s'il cible les hauts potentiels. À travers des exemples concrets, des cas pratiques et même quelques anecdotes, cet atelier vous livre tous les secrets de l'apprenti expert en fiscalité philanthropique !

Mercredi 24/06 11h-12h30 et **Jeudi 25/06 11h-12h30**

30 | RELATIONS ENTREPRISES - Tous niveaux

Paroles de mécène

Vincent Defrasne (Fondation Somfy et Fonds de dotation Les Petites Pierres)



Les partenariats entreprises occupent une grande place dans vos métiers. Cependant, vous avez peu l'occasion d'écouter des entrepreneurs témoigner de leur expérience de mécènes. Cet atelier donne la parole à un responsable d'une grande entreprise. Pourquoi sa structure a-t-elle fait le choix de soutenir des organisations d'intérêt général ? Quelles motivations ont animé cet engagement ? Quelle est la stratégie mise en place ? Quel en a été l'impact en interne, au sein de l' entreprise, mais aussi en externe auprès de ses clients ou partenaires commerciaux ? Quelle image les entrepreneurs ont-ils de notre secteur et qu'attendent-ils de nous, fundraisers ? Vous qui rêvez d'entendre un chef d'entreprise se livrer, venez l'écouter !

Mercredi 24/06 16h-17h

31 | RELATIONS ENTREPRISES - Tous niveaux

Être de quelque part, l'ancrage territorial et la relation entreprise : retours d'expériences des Groupes Régionaux de l'AFF

Stéphanie Ioan (Fonds Bordeaux Solidaire)
Marianne Maillot (Vision Philanthropie)

Avez-vous conscience d'avoir un ancrage territorial fort ? Les actions de votre organisation contribuent à la vie d'un territoire. Comment utiliser cette dynamique pour collecter auprès des entreprises ? C'est ce que nous allons voir dans cet atelier animé par des représentants des Groupes Régionaux de l'AFF. Une étude sur le mécénat menée pour le groupe de Toulouse et les retours d'expériences de fundraisers de Lyon et de Bordeaux vont vous aider à mieux percevoir les liens naturels à tisser avec les PME locales.

Mardi 23/06 15h-16h30

32 | RELATIONS ENTREPRISES - Intermédiaire

L'éthique dans les relations entreprises

Emmanuel Perrin (Secours Catholique)

Parce qu'il est primordial de mener une réflexion « éthique/déontologique » au sein de toute institution et de l'écrire en amont de démarches de fundraising, l'intervenant propose au cours d'une session interactive d'aborder des questions très concrètes pour percevoir la réalité quotidienne de ce qui se cache derrière les mots « éthique » et « déontologie», « transparence » et « cohérence » avec les valeurs de l'institution.

Mercredi 24/06 11h-12h30

33 | RELATIONS ENTREPRISES - Expert

Pourquoi et comment évaluer vos partenariats entreprises

Octavie Baculard (Volonteer)
Fabienne Pouyadou (CARE France)

Le premier objectif de l'évaluation d'un partenariat entre une association et une entreprise est d'en mesurer le succès sur la base d'indicateurs. Mais bien au-delà, l'évaluation se révèle être un outil de pilotage et de dialogue essentiel pour les deux parties. Sur la base de leur expérience, CARE France et AXA vous présenteront dans cet atelier la méthode d'évaluation 360°, l'outil qu'ils ont développé ensemble et la manière dont cette démarche a été centrale dans la relation partenariale.

Jeudi 25/06 14h-15h30

34 | RELATIONS ENTREPRISES - Expert

Hybridation des modèles

Hans Damm (Fondation Visio)
Christine Turc (Chiens Guides d'Aveugles de l'Ouest)

Quand le secteur associatif met un pied dans le secteur marchand. Certaines structures d'intérêt général sautent le pas ! C'est le cas des Chiens Guides d'Aveugles de l'Ouest, qui développe leurs activités avec aujourd'hui 3 structures toutes spécialisées dans un domaine d'activités : l'association, la fondation et une entreprise qui commercialise un outil important pour les non-voyants qu'ils rencontrent : la canne électronique. Comment ont-ils cheminé pour franchir la ligne du marchand ? Qu'est-ce que cela signifie ? Comment garder la vision initiale de servir le bien commun ? Autant de questions qu'ils se sont posées et qu'ils se proposent de partager avec nous.

Mercredi 24/06 14h-15h30

35 | RELATIONS ENTREPRISES - Expert

La relation avec des donateurs stratégiques, un facteur d'évolution

Éric Berseth et **Vincent Mudry**
(Philanthropy Advisors)

Nouer des partenariats forts voire stratégiques pour nos organisations amènent ces dernières à des évolutions structurelles importantes. Quels sont les aspects positifs de ce qui peut devenir une réelle révolution culturelle ? Du global au détail technique, de notre capacité à co-construire un projet, à intégrer l'usage d'outils de pilotage fins, comment accompagner ces changements organisationnels et techniques ? Les échanges se feront dans une session très participative afin de mieux percevoir les enjeux de la démarche partenariale.

Jeudi 25/06 14h-15h30

36 | TECHNIQUE DU DIGITAL - Expert

Créer une offre pour fidéliser des partenaires captés sur une urgence médiatique

Géraldine Houlière et **Christelle Lafon-Paredes**
(Croix-Rouge Française)

En cas de catastrophe majeure (Haïti, Japon, Philippines), la Croix-Rouge Française capte de nombreux donateurs entreprises. Cependant, il est difficile de les fidéliser. Cette session présente l'offre développée par la Croix-Rouge Française pour transformer ces donateurs ponctuels, venus des entreprises et captés lors de catastrophes médiatiques, en soutiens réguliers. Venez découvrir leur Fonds READY, une offre lancée un an après la triple catastrophe qui a dévasté le Japon en 2011, pour engager les entreprises en dehors des grandes crises médiatiques.

Jeudi 25/06 11h-12h30



37 | JURIDIQUE ET FISCAL - Expert

Quelle structure pour quelle stratégie ?

Philippe-Henri Dutheil et **Kathleen McLeod-Trémaux** (EY)

Le paysage juridique et fiscal en perpétuelle évolution ouvre le champ des possibles. Comment utiliser les opportunités nouvelles ? Une fondation abritante ? Un fonds de dotation ? La structure à bâtir est celle qui reflète le mieux votre stratégie, mais aussi vos capacités internes d'investissement humain. Des exemples concrets pour vous faire partager de riches expériences.

Mardi 23/06 15h-16h30

38 | ANIMATION DE RÉSEAU - Tous niveaux

Oui à la décentralisation de la collecte : antenne et développement en région

Nadège Bonnisset (La Chaîne de l'Espoir)
Bruno Desbuleux (AFM-Téléthon)

Votre structure est implantée en région. C'est une force pour votre action de terrain. Comment en faire un facteur de développement pour votre fundraising ? Mobiliser depuis un siège parisien des réseaux régionaux est un art qui demande diplomatie et savoir-faire. Des fundraisers habitués à la mobilisation des réseaux en province partagent ici leur expertise.

Jeudi 25/06 11h-12h30

39 | OUVREZ VOS HORIZONS - Tous niveaux

Les nouvelles tendances qui irriguent la philanthropie

Arthur Gautier (Chaire Philanthropie de l'ESSEC)



Deux nouveaux concepts sont abordés ici pour encore élargir le champ des possibles de la collecte. Celui de la *venture philanthropy*, née aux États-Unis à la fin des années 1990, qui est une approche innovante appliquant les principes et les méthodes du capital-investissement au secteur non-lucratif, et celui d'*impact investing*, qui désigne un investissement alliant explicitement un retour financier et un impact social mesurable. Cette séance a pour objectif de présenter ces deux nouvelles pratiques qui redéfinissent les frontières de la philanthropie et de comprendre ce qu'elles peuvent apporter, à côté de la philanthropie classique, tout en soulignant leurs limites.

Mercredi 24/06 16h-17h

40 | OUVREZ VOS HORIZONS - Tous niveaux

L'évènement sportif de collecte

Patricia Blanc (Imagine for Margo)
Anthony Choumert (KCO)
Laurent Sturtz (Avena)

Mobiliser ses bénévoles ou sympathisants et les inviter à se dépasser lors d'un événement sportif pour collecter... Encore un nouveau défi que vous voulez relever ? C'est ce que fait Patricia Blanc pour soutenir les missions de sa structure. Avec elle, deux spécialistes de l'événement sportif de collecte viennent partager leur savoir-faire. Quels sont les principes à respecter pour se lancer et réussir son événement ? Cas concrets, exercices de mise en situation, etc. Un atelier pour passer de la théorie à l'action !

Mercredi 24/06 9h-10h30

41 | BDD/CRM - Tous niveaux

Appels d'offre : comment bien définir vos besoins en amont pour ne pas le regretter ensuite ?

Michaël Monchalin (Eudoweb)

Parce que se lancer dans un appel d'offre sur sa base de données nécessite de la méthode, l'intervenant fera un point sur les différentes étapes à mener, ce que doit comporter un cahier des charges, les compétences nécessaires ou encore comment conduire la phase de tests avant de basculer dans un nouveau système.

Mercredi 24/06 9h-10h30

42 | COMMUNICATION - Tous niveaux

Pourquoi et comment être visible sur le mobile ?

Philippe Leclercq (Ad4Screen/Webassoc)

Après le développement du Web, nous voyons surgir celui des smartphones. Des nouveaux usages en découlent. Cet atelier proposera une analyse du mobile comme un outil de fundraising, qui prend différentes formes (sites mobiles, applications) et sert divers objectifs (communication, collecte). Des premières expérimentations françaises jusqu'aux opérations à succès à l'étranger, nous étudierons le présent et l'avenir du mobile solidaire.

Jeudi 25/06 11h-12h30

43 | DÉVELOPPEMENT PERSONNEL - Tous niveaux

Gestion de la pression sur le lieu du travail

Valérie Baugé (In Fine Coaching)

SESSION DOUBLÉE

Fundraiser, comment gérer son stress ? Avec l'aide d'un coach professionnel, c'est l'opportunité de vous poser les bonnes questions et percevoir comment agir et se protéger de la pression. En partant de la réalité de chaque personne, redécouvrez les valeurs qui expliquent votre présence dans ce métier et qui peuvent redonner sens à votre engagement. Pour mieux se comprendre, pour mieux comprendre, cet atelier veut vous offrir des pistes pour agir et se positionner dans votre structure.

Mercredi 24/06 9h-10h30 et **Jeudi 25/06 14h-15h30**



Speedfundatings

Par groupe de 4, rencontrez un expert du fundraising sur une thématique prédéfinie. Vous pourrez ainsi lui poser toutes vos questions, et profiter de ce moment d'apprentissage par l'échange.

Inscriptions sur place, à l'accueil.

Mercredi 24 juin de 12h45 à 13h45

- **speedfundating 1**
  Grands donateurs, trucs et astuces
  Olivier Albessard (Philanthrôpia)
- **speedfundating 2**
  Le digital c'est maintenant
  Cécile Coldefy-Lefort (\EXCEL)
- **speedfundating 3**
  Le digital c'est maintenant
  Antoine Martel (iRaiser)
- **speedfundating 4**
  Le partenariat entreprises, une relation
  Marie-Caroline Blayn (Mécélink)
- **speedfundating 5**
  La fiscalité au service de la collecte
  Sandrine Marion-Goater (Cabinet Marion)
- **speedfundating 6**
  Les bons tuyaux du marketing direct
  Nathalie Boubli (nbcom)
- **speedfundating 7**
  Grands donateurs, trucs et astuces
  Sophie Le Maire (\EXCEL)
- **speedfundating 8**
  CRM, la mise en place d'un outil
  Laurent Boillot (Logilys)

Jeudi 25 juin de 12h45 à 13h45

- **speedfundating 9**
  Le digital c'est maintenant
  Manon Ritter (Maxyma)
- **speedfundating 10**
  Legs, bâtir le futur
  Lydia Barès Roques (\EXCEL)
- **speedfundating 11**
  La data, pour un meilleur ciblage online
  Laurent Madeleni (Conexance)
- **speedfundating 12**
  La data, pour un meilleur ciblage online
  Magali Szmalc (Conexance)
- **speedfundating 13**
  Quelle BDD pour quels besoins ?
  Sabine de Soyres (Philantrôpia) et **Franck Wibaux** (Qualidata
- **speedfundating 14**
  La fiscalité au service de la collecte
  Sandrine Marion-Goater (Cabinet Marion)
- **speedfundating 15**
  Le digital c'est maintenant
  Claude Pouvreau (Optimus)
- **speedfundating 16**
  Le partenariat entreprises, une relation
  Marianne Maillot (Vision Philanthropie)
- **speedfundating 17**
  CRM, la mise en place d'un outil
  Arnaud Richard (Eudonet)



Coaching personnalisé

Venez avec vos questions ! En face-à-face, bénéficiez des conseils sur-mesure d'u spécialiste expert sur une problématique spécifique.



Mardi 23 juin de 13h15 à 13h45 et de 13h45 à 14h15

Mercredi 24 et jeudi 25 juin de 12h45 à 13h15 et de 13h15 à 13h45

Intervenants

- **Marie Barbier** (\EXCEL)
- **Cécile Coldefy-Lefort** (\EXCEL)
- **Gaël Colin** (\EXCEL)
- **Olivier Ducasse** (\EXCEL)
- **Charlotte Fortun** (Optimus)
- **Thierry Laurens** (Optimus)
- **Julie Linÿer** (\EXCEL)
- **Alexandre Martini** (Optimus)
- **Lyoko Miyoshi** (\EXCEL)



Parcours thématiques

Afin de vous aider à faire un choix judicieux, nous vous proposons les parcours ci-dessous, composés selon des critères de niveaux et de fonctions. Laissez-vous tenter !



D : débutant TN : tous niveaux I : intermédiaire E : expert

● Initiation au fundraising (- de 2 ans de fundraising) Vous débutez dans le fundraising.

Voici une proposition d'ateliers qui vous donneront de bonnes clés pour initier votre stratégie de collecte.

jour	heure	niveau	titre de la session	n°	thématique
mardi	9h-13h	D	La stratégie digitale au service de votre développement *Master class*	1	Fondamentaux du digital
	15h-16h30	I	Offrez-vous un petit tour du monde de l'innovation en fundraising !	5	Stratégie 360°
mercredi	9h-10h30	D	Démarrer de zéro : comment faire les bons choix ? - 1ère partie	3	Stratégie 360°
	11h-12h30	D	Démarrer de zéro : comment faire les bons choix ? - 2ème partie	3	Stratégie 360°
	14h-15h30	D	Quels fichiers pour contrer la crise de la prospection ?	17	Marketing direct
	16h-17h	TN	Traditions familiales de mécénat : témoignages de philanthropes	27	Grands donateurs
jeudi	9h-10h30	TN	Repenser la collecte dématérialisée : la générosité embarquée	20	Technique du digital
	11h-12h30	TN	Chemin parcouru : le Fonds Adie	2	Chemin parcouru
	14h-15h30	I	Le legs, ou comment mobiliser en interne	25	Legs

● Directeurs du développement (expert : + 5 ans) Vous êtes directeur du développement / expert

Vous avez une grande expérience du fundraising et souhaitez vous ouvrir à de nouveaux axes, respirer un air frais et inspirant. Prenez une bouffée d'oxygène et faites le plein pour renouveler votre stratégie.

jour	heure	niveau	titre de la session	n°	thématique
mardi	9h-13h	E	Manager son équipe au service d'un fundraising efficace *Master class*	6	Management
	15h-16h30	E	Quelle structure pour quelle stratégie ?	37	Juridique et fiscal
mercredi	9h-10h30	TN	Gestion de la pression sur le lieu de travail	43	Développement personnel
	11h-12h30	TN	Entre mirage et réalité, le Moyen Orient : l'Eldorado du fundraising ?	9	Stratégie à l'international
	14h-15h30	E	Hybridation des modèles	34	Relations entreprises
	16h-17h	TN	Les nouvelles tendances qui irriguent la philanthropie	39	Ouvrez vos horizons
jeudi	9h-10h30	E	Bien gérer la relation donateurs parce qu'ils le valent bien !	7	Stratégie 360°
	11h-12h30	E	Créer une offre pour fidéliser des partenaires captés sur une urgence médiatique	36	Relations entreprises
	14h-15h30	E	La relation avec des donateurs stratégiques, un facteur d'évolution	35	Relations entreprises

● Responsable des relations entreprises

Vous êtes responsable du mécénat et des relations entreprises ? Vous trouverez dans ce parcours des ateliers montés directement pour vous. Nous vous proposons aussi des sessions plus éloignées de votre cœur de métier : elles peuvent enrichir votre réflexion... Laissez-vous tenter !

jour	heure	niveau	titre de la session		n°	thématique
mardi	9h-13h	E	Renouveler ses relations entreprises : comment penser partenariats stratégiques ?	*Master class*	7	Relations entreprises
	15h-16h30	TN	Être de quelque part, l'ancrage territorial et la relation entreprise : retours d'expériences des Groupes Régionaux de l'AFF		31	Relations entreprises
mercredi	9h-10h30	TN	L'évènement sportif de collecte		40	Ouvrez vos horizons
	11h-12h30	I	L'éthique dans les relations entreprises		32	Relations entreprises
	14h-15h30	E	Hybridation des modèles		34	Relations entreprises
	16h-17h	TN	Paroles de mécène		30	Relations entreprises
jeudi	9h-10h30	TN	Session pitch : entrainement à l'entretien avec un donateur potentiel		26	Relations fondations / entreprises
	11h-12h30	E	Créer une offre pour fidéliser des partenaires captés sur une urgence médiatique		36	Relations entreprises
	14h-15h30	E	Pourquoi et comment évaluer vos partenariats entreprises		33	Relations entreprises

● Responsable grands donateurs de votre structure

Nous vous suggérons ces ateliers, ils touchent directement votre métier. Certains sont proposés dans le but d'ouvrir vos horizons !

jour	heure	niveau	titre de la session		n°	thématique
mardi	9h-13h	I	Transformer votre fundraising avec une stratégie grands donateurs : l'exemple de l'enseignement supérieur et de la recherche	*Master class*	2	Grands donateurs
	15h-16h30	E	Les fondations américaines : l'art et la manière de les solliciter		10	Stratégie à l'international
mercredi	9h-10h30	TN	Appels d'offre : comment bien définir vos besoins en amont pour ne pas le regretter ensuite ?		41	BDD/CRM
	11h-12h30	TN	Entre mirage et réalité, le Moyen Orient : l'Eldorado du fundraising ?		9	Stratégie à l'international
	14h-15h30	E	L'audit stratégique de fundraising : de la définition de l'offre au choix des canaux de collecte		8	Stratégie 360°
	16h-17h	TN	Les nouvelles tendances qui irriguent la philanthropie		39	Ouvrez vos horizons
jeudi	9h-10h30	TN	Session *pitch* : entrainement à l'entretien avec un donateur potentiel		26	Relations fondations / entreprises
	11h-12h30	E	Philanthropie : aspects fiscaux et patrimoniaux		29	Grands donateurs
	14h-15h30	E	ISF : plus qu'une sollicitation ciblée, une véritable "campagne" !		28	Grands donateurs

● Responsable marketing direct

Le marketing direct est votre compétence. Ce parcours panache des ateliers montés spécialement pour vous et d'autres mentionnés ici dans le but de vous nourrir des autres pratiques du fundraising.

jour	heure	niveau	titre de la session		n°	thématique
mardi	9h-13h	E	Marketing direct : les 3 socles d'une collecte optimisée, prédictive et durable	*Master class*	5	Marketing direct
	15h-16h30	E	Les fondations américaines : l'art et la manière de les solliciter		10	Stratégie à l'international
mercredi	9h-10h30	TN	Les clés du porte à porte		16	Marketing direct
	11h-12h30	D	L'utilisation des réseaux sociaux dans le cycle de transformation		21	Technique du digital
	14h-15h30	TN	*Direct Response TV*, les exemples européens qui montrent la voie		15	Marketing direct
	16h-17h	TN	Un tour d'Europe des campagnes grand public de legs en 60 minutes		24	Legs
jeudi	9h-10h30	I	La data, le bon outil pour détecter les middle do et réussir sa campagne ISF		18	Marketing direct
	11h-12h30	TN	Pourquoi et comment être visible sur le mobile ?		42	Communication
	14h-15h30	I	Communiquer et collecter pour une cause difficile. Mission impossible ?		4	Stratégie 360°

● Responsable web

Le Web est votre terrain de collecte. Voici les ateliers qui vous concernent au premier chef. Nous y avons ajouté quelques ateliers dans le but de soutenir votre créativité.

jour	heure	niveau	titre de la session		n°	thématique
mardi	9h-13h	D	La stratégie digitale au service de votre développement	*Master class*	1	Fondamentaux du digital
	15h-16h30	D	Prospecter avec une stratégie multicanale		11	Stratégie 360°
mercredi	9h-10h30	I	La campagne de fin d'année, un moment particulier à ne pas rater		22	Stratégie 360°
	11h-12h30	E	*Tracking* et data vers une utilisation pratique		23	Stratégie 360°
	14h-15h30	E	Le fundraising par e-mail, ça fonctionne ! Apprenez comment…		14	Marketing direct
	16h-17h	TN	Chemin parcouru : Les Restos du Cœur		1	Relations alumni
jeudi	9h-10h30	TN	Vers une stratégie de fundraising digital - 1ère partie		13	Stratégie 360°
	11h-12h30	TN	Vers une stratégie de fundraising digital - 2ème partie		13	Stratégie 360°
	14h-15h30	E	Le *marketing automation*, kézako ?		19	Marketing direct

● Responsable legs et donations

En charge de la stratégie legs, donations et libéralités, vous trouverez dans ce parcours les 4 sessions montées pour vous. Nous vous conseillons en plus des sessions aux thèmes connexes à votre métier : relation donateurs, les grands donateurs ou cadre juridique et fiscal.

jour	heure	niveau	titre de la session		n°	thématique
mardi	9h-13h	I	Le don ultime : aller plus loin avec ses donateurs	*Master class*	4	Legs et libéralités
	15h-16h30	I	Y a-t-il une vie pour la collecte middle do sans l'ISF ?		6	Stratégie 360°
mercredi	9h-10h30	TN	Les clés du porte à porte		16	Marketing direct
	11h-12h30	E	Philanthropie : aspects fiscaux et patrimoniaux		29	Grands donateurs
	14h-15h30	I	Révolution dans le télémarketing caritatif !		12	Stratégie multicanale
	16h-17h	TN	Un tour d'Europe des campagnes grand public de legs en 60 minutes		24	Legs
jeudi	9h-10h30	I	Le legs, ou comment mobiliser en interne		25	Stratégie 360°
	11h-12h30	TN	Oui à la décentralisation de la collecte : antenne et développement en région		38	Stratégie 360°
	14h-15h30	I	Communiquer et collecter pour une cause difficile. Mission impossible ?		4	Marketing direct

● Responsable ?? ?

jour	heure	niveau	titre de la session		n°	thématique
mardi	9h-13h	I	Construire un argumentaire pertinent et fédérateur	*Master class*	3	Grands donateurs
	13h15-14h15		Coaching			
mercredi	12h45-13h45		Coaching			
	16h-17h	TN	Traditions familiales de mécénat : témoignages de philanthropes		27	Grands donateurs
ou	16h-17h	TN	Paroles de mécène		30	Relations entreprises
jeudi	9h-10h30	TN	Session *pitch* : entrainement à l'entretien avec un donateur potentiel		26	Relations fondations/ entreprises

Remerciements

L'AFF souhaite remercier les intervenants, tous bénévoles, experts du fundraising et parfois venus de loin, ainsi que l'équipe des bénévoles mobilisée.
Un remerciement particulier aux 8 membres du comité de pilotage, qui ont grandement contribué à l'élaboration du programme de cette 14ème édition :



Géraud Ahouandjinou
Consultant



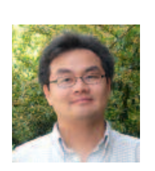
Johann Hoguin
Médecins du Monde



Virgine de Maupeou
Fondation Apprentis d'Auteuil



Emmanuel Perrin
Secours Catholique



Alain Pierre
La Chaine de l'Espoir



Fabienne Pouyadou
CARE France



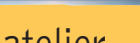
Roland Raymond
Fondation Apprentis d'Auteuil



Sandrine Tiffreau
BICE

Et mention spéciale à l'équipe de l'AFF : **Yaële Aferiat** (directrice), **Jessica Bouvier** (chargée administrative et financière), **Aurore Lenglet** (Chargée des relations adhérents), **Laurence Losciuto** (Responsable formations), **Lenaig Naudais** (Chargée communication et événementiel), **Maud Semelin** (Chargée communication et événementiel) et **Pierre Villelongue** (Responsable de la Programmation).

Les intervenants



atelier


atelier focus

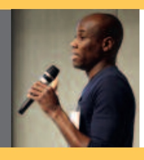

table-ronde

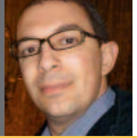

master class


speedfundating


coaching personnalisé


journée *networking*



22
Géraud Ahouandjinou
eFundraiser



11
Hervé Ayad
CENTRALESUPELEC
Directeur



1
Benoît Alain
RESTOS DU CŒUR
Responsable service donateurs



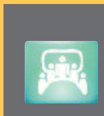
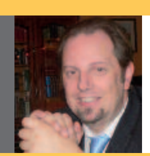
33
Octavie Baculard
VOLONTEER
Directrice

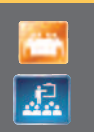
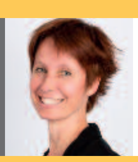


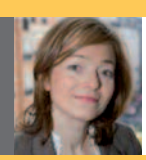
SPF
Olivier Albessard
PHILANTHRÔPIA
Directeur adjoint

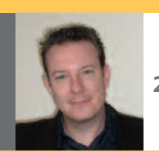


Marie Barbier
\EXCEL
Directrice de clientèle



MC5
David Alonso
FAIRCOM PARIS
Directeur général



8
Lydia Bares Roques
\EXCEL
Directrice commerciale



Céline Amet-Hacker
INSTITUT GUSTAVE ROUSSY
Directeur du développement des ressources

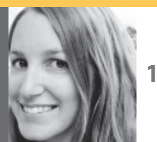


21
Christophe Basset
CONSCIENT NETWORK
Directeur animations, partenariats & community management



19
Pascal Angeli
SELLIGENT
Consultant



43
Valérie Bauge
IN FINE COACHING
Coach

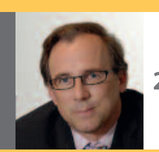


1
Stella Antoniadis
RESTOS DU CŒUR
Chargée de communication



4
Catherine Bechereau
MEDECINS SANS FRONTIÈRES FRANCE
Responsable grands comptes



TR
Christel Beriot
FONDATION UNIVERSITE DE CERGY-PONTOISE
Directrice générale

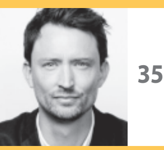


29
Alexis Becquart
DELSOL AVOCATS
Co-responsable du département « Organisations non lucratives »



26
Miren Bengoa-Delalande
ONU FEMMES FRANCE
Présidente



5
Charlotte CARRIER
\EXCEL
Chargée de communication



35
Éric Berseth
PHILANTHROPY ADVISOR
Directeur exécutif



TR
Dorothée Chapuis
SOCIÉTE GÉNÉRALE
Chargée d'affaire



40
Patricia Blanc
IMAGINE FOR MARGO
Présidente



Sophie Charro
FRANCE PARRAINAGES/CFPE
Déléguée générale



MC7
Marie-Caroline Blayn
MECELINK
Fondatrice - Consultante



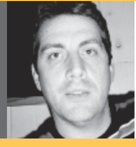
17
Virginie Chesnay-Goncalves
ADRESS COMPANY
Directrice commerciale



7
Violaine Boccas
FONDATION DE FRANCE
Responsable département qualité et relation clients

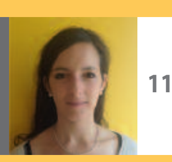


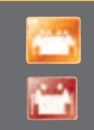
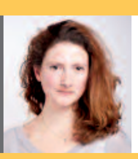
40
Anthony Choumert
KCO
Directeur général

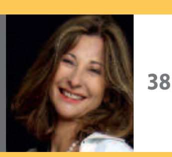


Laurent Boillot
LOGILYS FRANCE
Directeur

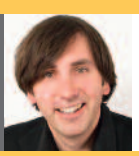


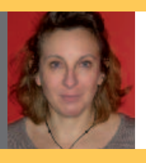
7
Romain Coetmellec
WWF FRANCE
Chargé de fundraising digital

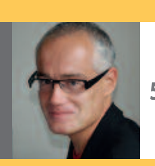


11
Émilie Bonnefoy
ONG CONSEIL
Responsable de programmes de collecte de fonds

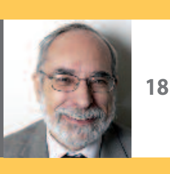


Cécile Coldefy-Lefort
\EXCEL
Directrice de Clientèle digitale



38
Nadège Bonnisset
LA CHAINE DE L'ESPOIR
Responsable antennes régionales et réseau EU



6
Gaël Colin
\EXCEL
Directeur conseil



Nathalie Boubli
NBCOM
Fondatrice



5
François Couignoux
\EXCEL
Directeur général



18
Daniel Bruneau
FONDATION DES PETITS FRÈRES DES PAUVRES
Directeur de la recherche de fonds et communication



16
Damien Cousin
MÉDECINS DU MONDE
Chargé de collecte de fonds



9
Christopher Carnie
FACTARY
Directeur



12
Vincent Crehalet
CARE FRANCE
Directeur marketing direct



20 **Olivier Cueille**
MICRODON
Associé

15 **Valérie Daher**
ACF DEVELOPMENT
Directrice



34 **Hans Damm**
FONDATION VISIO
Legs

14
MC1
Pecha Kucha
Nicolas Danet
CHANGE.ORG
Responsable service clients

9 **Virginie de Maupeou**
FONDATION DES APPRENTIS D'AUTEUIL
Responsable philanthropie

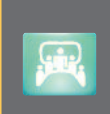
38 **Bruno Desbuleux**
AFM-TELETHON
Directeur



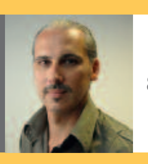
Sabine De Soyres
PHILANTHRÔPIA
Responsable commerciale

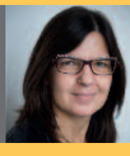
6 **Philippe Doazan**
DUNIYA
Consultant

MC 5 **Béatrice du Retail**
PERCE-NEIGE
Responsable communication et collecte

8 **Olivier Ducasse**
\EXCEL
Directeur commercial

27 **Magali Dumas**
FONDATION DES APPRENTIS D'AUTEUIL
Chargée de mission fundraising

13 **Éric Dutertre**
\EXCEL
Président

37 **Philippe-Henri Dutheil**
EY
Associé

Lionel Farcy
NEUFLIZE OBC
Directeur adjoint

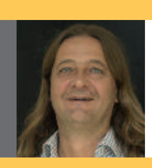
17 **Marie-Laure Febvre**
CONEXANCE
Directrice du clientèle

28 **Charlotte Fortun**
OPTIMUS
Directrice commerciale

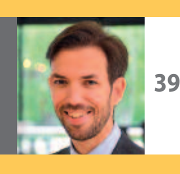
MC2 **Frédéric Fournier**
OPTIMUS
Directeur général

12 **Pascal Freneaux**
ADM VALUE
Directeur de projets

13 **Laurent Friard**
COLLECTIF PLUS D'ECEDI

39 **Arthur Gautier**
CHAIRE PHILANTROPIQUE ESSEC
Directeur exécutif



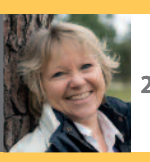
4 **Nathalie Gautier**
AIDES
Directrice communication, collecte et plaidoyer



Pecha Kucha **Stéphanie Gelot**
TOUAREGS
Fondatrice



3
Philippe Gervais
ADFINITAS
Directeur associé



27
Marie-Christine Jullion
FONDATION JULLION POUR L'ENFANCE
Fondatrice



MC3
Martine Godefroid
FACTARY
Directrice générale Europe



10
Eelco Keij
RADBOUD UNIVERSITY
Fundraising & développement



MC5
Philippe Granjon
SARL PHILIPPE GRANJON
Concepteur rédacteur



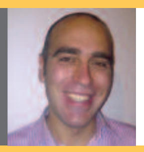
Pecha Kucha
Erwan Kezzar
SIMPLON
Co-fondateur



11
Jean Grare
TALK FUNDRAISING
Directeur



26
Raphaëla Kitson-Pantano
FONDS AXA POUR LA RECHERCHE
Chargée de recherche et de partenariats « Risques Vie Humaine et Santé »



Adrien Groues
QUALIDATA
Ingénieur d'Affaires



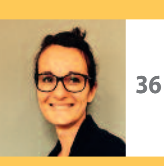
36
Christelle Lafon-Paredes
CROIX-ROUGE FRANÇAISE
Responsable philanthropie

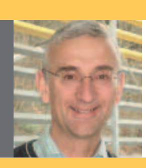


9
Johann Hoguin
MÉDECINS DU MONDE
Chargé de développement des legs



Thierry Laurens
OPTIMUS
Vice-président



36
Géraldinet Houliere
CROIX-ROUGE FRANÇAISE
Responsable partenariats



MC6
Pierre-Bernard Le Bas
Coach



23
Raphaëlle Hutin-Menajovsky
WEBASSOC
Fondatrice



Sophie Le Maire
\EXCEL
Directrice conseil



31
Stéphanie Ioan
FONDS BORDEAUX SOLIDAIRE
Déléguée générale



Pecha Kucha
Ismael Le Mouel
HELLO ASSO
Président - Fondateur

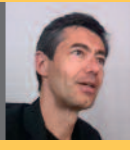


MC 5
Corinne Josephides
FAIRCOM PARIS
Directrice adjointe



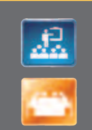
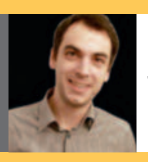
42
Philippe Leclercq
AD4SCREEN/WEBASSOC
Co-fondateur

PLÉNIÈRE D'OUVERTURE
Jean-François Julliard
GREENPEACE FRANCE
Directeur exécutif



18
Pierre Lerouge
OKTOS
Directeur associé



26
Anne Lhuillier
FONDATION BETTENCOURT SCHUELLER
Responsable mécénat



12
Arnaud Masselin
ADFINITAS
Directeur digital



MC4
Marie-Eve Lhuillier
MAXYMA
Directrice



37
Kathleen Mcleod Tremaux
EY
Avocate



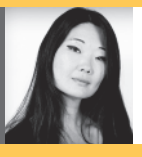
4
Véronique Linares
LA CIMADE
Directrice de la communication & collecte de fonds

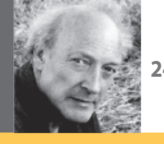


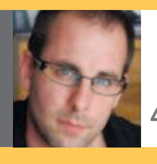
MC 2
Laurent Mellier
FONDATION DE L'ÉCOLE POLYTECHNIQUE
Directeur du développement



Julie Linyer
\EXCEL DES FUNDRAISERS
Directrice clientèle

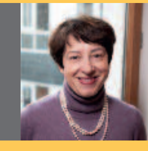


Lyoko Miyoshi
\EXCEL
Directrice associée

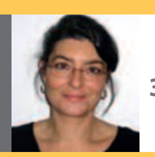


24
Patrice Macar
TESTAMENT.BE
Coordinateur Wallonie-Bruxelles

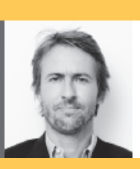


41
Michaël Monchalin
EUDOWEB
Ingénieur commercial



Laurent Madelini
CONEXANCE
Directeur digital

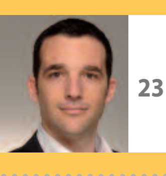


2
Catherine Monnier
FONDS ADIE
Déléguée générale



31
Marianne Maillot
VISION PHILANTHROPIE
Dirigeante



35
Vincent Mudry
PHILANTHROPY ADVISOR
Directeur des opérations

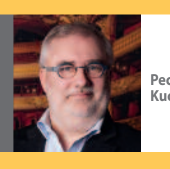


Sandrine Marion-Goater
CABINET MARION
Avocate



23
Sébastien Noel
YAHOO FRANCE
Responsable de la performance et du ciblage d'audience

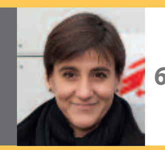


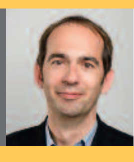
Antoine Martel
IRAISER
Directeur associé et co-fondateur



Pecha Kucha
Franck Pasquet
ARROWMAN/WEBASSOC
Directeur associé



TR
Croisine Martin-Roland
BANQUE TRANSATLANTIQUE
Conseil en philanthropie



6
Nadège Passereau
MÉDECINS SANS FRONTIÈRES FRANCE
Chargée des partenariats et de la collecte en région



26
Alexandre Martini
OPTIMUS
Directeur général adjoint

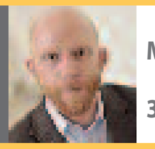


MC1
Jean-François Paulhet
FIDH
Responsable communication numérique

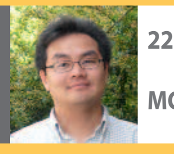
TR

Jean-Marc pautras
CRÉDIT COOPÉRATIF
Responsable développement

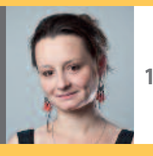
MC3
32

Emmanuel Perrin
SECOURS CATHOLIQUE
Responsable philanthropie et mécénat

22
MC5

Alain Pierre
LA CHAINE DE L'ESPOIR
Directeur de la collecte de fonds grand public

16

Marie Pierson
MÉDECINS DU MONDE
Assistante collecte

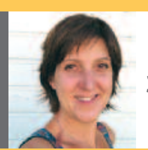
 

15

Gerhard Pock
DONICITÉ
Directeur général

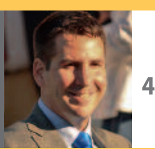
 

Claude Pouvreau
OPTIMUS
Directeur conseil marketing digital

33

Fabienne Pouyadou
CARE FRANCE
Directrice des partenariats

4

Geoffroy Pozzo Di Borgo
AUX CAPTIFS LA LIBÉRATION
Responsable du développement



PLÉNIÈRE DE CLÔTURE



Jean-François Rambicur
1001 FONTAINES
Président

MC5

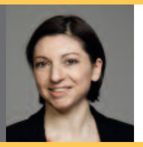
Catherine Ricatte
FÉDÉRATION FRANÇAISE DE CARDIOLOGIE
Responsable collecte marketing

Arnaud Richard
EUDONET
Ingénieur commercial

Manon Ritter
MAXYMA
Directrice de clientèle digital

14

Vanessa Ritter
CHANGE.ORG
Directrice du développement

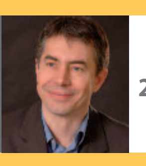
13

Thierry Royer
ECEDI
Directeur conseil et développement

25

Karine Ruellan
UNICEF FRANCE
Chargée de développement libéralités et assurance vie

25

Franck Sarriot
ASSOCIATION DES PARALYSÉS DE FRANCE
Responsable relations testateurs



3

Karine Sence-Caby
ADFINITAS
Directrice groupe



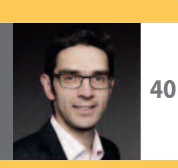
3

Mathieu Sidrot
INSTITUT PASTEUR DE LILLE
Directeur marketing et développement



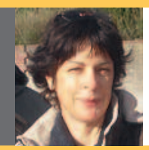
MC7

Delphine Souffre Lajus
SOLTHIS
Responsable développement & partenariats

40

Laurent Sturtz
AVENA EVENT
Président

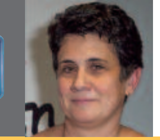
 

4

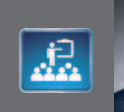
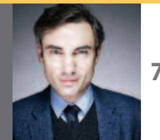
Catherine Sudres
CAUSES AND CO
Consultante indépendante



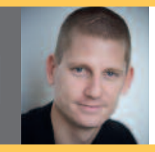
Magali Szmalc
CONEXANCE
Directrice conseil

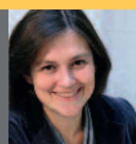
13 **Christine Tabuenca**
ARSLA
Secrétaire générale

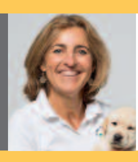
7 **Frédéric Theret**
FONDATION DE FRANCE
Directeur du développement

29 **Max Thillaye Du Boullay**
FONDATION DES APPRENTIS D'AUTEUIL
Chargé des relations grands donateurs

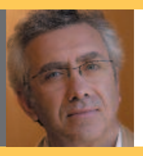
Sandrine Tiffreau
BUREAU INTERNATIONAL CATHOLIQUE DE L'ENFANCE
Directrice de la communication et de la levée de fonds

34 **Christine Turc**
LES CHIENS GUIDES D'AVEUGLES DE L'OUEST
Directrice adjointe




Carole Uchan
MÉDECINS SANS FRONTIÈRES FRANCE
Chargée des partenariats et du mécénat

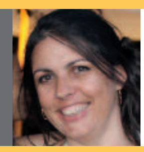
20 **Antoine Vaccaro**
CERPHI
Président




16 **Sabrina Valy**
FRANCE GÉNÉROSITÉS
Président




Pierre Villelongue
AFF ASSOCIATION FRANÇAISE DES FUNDRAISERS
Responsable programmation et contenu

19 **Carine Vincent**
EVERIAL CRM
Responsable marché associatif



Renaud Wanquet
SCOUTS ET GUIDES DE FRANCE
Responsable marketing



Franck Wibaux
QUALIDATA
Directeur technique

Ils soutiennent le

14e séminaire francophone de la collecte de fonds

Partenaire principal



\EXCEL est la principale agence conseil en fundraising et philanthropie en France pour tous les acteurs de l'intérêt général. Depuis plus de 25 ans, l'agence conçoit et met en oeuvre des stratégies de communication et de développement de ressources privées au profit des associations, fondations, établissements d'enseignement supérieur et de recherche, hôpitaux publics et privés, institutions culturelles, collectivités... \EXCEL élabore et pilote des campagnes globales cross-canal dans toutes les disciplines de la collecte de fonds : marketing direct, e-marketing, événementiel, stratégies legs et grands donateurs, partenariats entreprises, opérations pluri-media... En 2013, nos 10 principaux clients ont vu leur collecte de dons progresser de + 7% en moyenne, une croissance deux fois supérieure à celle observée sur le marché de la collecte.

Partenaire or



Parce qu'aujourd'hui les canaux, les organisations, les sollicitations se multiplient, le fundraising se doit d'évoluer en permanence.
Notre objectif commun chez **Optimus, Philanthrôpia, Qualidata** est de vous guider dans ce nouveau monde : sélectionner les meilleures opportunités, vous amener à un schéma intégré de fundraising et faire émerger de nouvelles ressources tant en France qu'à l'international... et tout cela évidemment avec vous !
Les meilleures ressources grandissent en chacun de nous, il suffit de les révéler.
Notre offre Fundraising 360° : marketing relationnel, marketing digital, communication de mobilisation, stratégies grands donateurs, stratégies legs et donations, événementiel de collecte, gestion de la relation donateurs.

Partenaires argent



Pour développer votre fundraising et faire de votre relation donateur une réussite, vous rêvez d'un outil à l'ergonomie efficace, d'une application qui maitrise vos processus et, en plus, d'un expert qui comprenne vos besoins. Depuis près de 15 ans, inspirés par nos clients, les équipes d'**Eudonet CRM** ont imaginé et conçu une solution innovante, mobile et rapide à laquelle accèdent quotidiennement des dizaines de milliers d'utilisateurs collaborateurs, permanents ou bénévoles. Tous vos contacts sont rassemblés et qualifiés : donateurs, prospects, adhérents, volontaires, entreprises, mécènes, légataires, contributeurs, parrains, ... Parce que votre organisation est unique, Eudonet CRM offre une grande souplesse d'utilisation permettant à chacun de vos métiers de trouver sa place au sein d'une base de données unifiée.



Depuis 2010, **La Poste** a décidé de faire du courrier le média premium de la relation client en proposant le meilleur du papier, du numérique et de la proximité à tous ses clients. La marque commerciale « La Poste Solutions Business » offre aux structures un ensemble de solutions innovantes au service de leur relation client et du développement de leur chiffre d'affaires.



Crée en 2007, **TALK** est un centre d'appels 100% dédié au Fundraising, avec 70 personnes engagées et motivées, dans des locaux totalement écologiques qui optimisent la qualité du travail. TALK accompagne les organisations tout au long du cycle de vie de leurs donateurs en intégrant le téléphone au cœur de leur stratégie omnicanale.

Partenaires bronze



adfinitas accompagne depuis 14 ans les associations et fondations dans leur stratégie de levée de fonds et de mobilisation auprès du grand public (ACF, SPF, Sidaction, petits frères des Pauvres...). Du conseil stratégique à la mise en œuvre opérationnelle, ses 38 professionnels coordonnent des opérations 360° à travers plusieurs pôles d'expertise : marketing direct, web, legs et donations, grands donateurs, communication et édition... adfinitas, c'est aussi un réseau d'agences en Allemagne, Hollande, Angleterre et Italie qui accompagne votre développement international.



En 25 ans d'existence, l'agence a réalisé plus de 200 campagnes de collecte de fonds.
Sur la base de cette expertise, l'agence intervient dans :
- Le fundraising utile pour concevoir et mettre en œuvre des messages pertinents, légitimes et efficaces.
- La communication utile pour que vous soyez identifiés dans un océan d'information même avec des moyens modestes.



Spécialisée dans le marketing direct et les BDD mutualisées, **Conexance** a développé la première base de données mutualisées de donateurs : l'Alliance CARI. L'expertise basée sur des modèles statistiques permet de proposer aux associations des profils transactionnels de donateurs et d'acheteurs à distance en forte affinité avec leurs actions. Location d'adresses, scoring, enrichissement, profiling...



Le Crédit Coopératif est la banque de l'économie sociale et solidaire. Banque coopérative, par vocation et par choix, elle met ses métiers au service des acteurs d'une économie responsable, respectueuse des personnes et de leur environnement. Elle est à ce titre très sensible au développement des outils innovants et des meilleures pratiques en matière de collecte de dons.



Donicité est une agence à taille humaine qui offre un suivi personnalisé et une attention particulière. Nous sommes animés d'une intime conviction qui guide notre façon de travailler : une stratégie de collecte ne se construit bien qu'à deux. Nous ne travaillons pas pour vous, mais bel et bien avec vous. Ensemble, nous construisons une relation durable où nous sommes pleinement partie prenante de votre réussite.



Ecedi, agence conseil en communication et fundraising dédiée à l'intérêt général (développement de sites internet, d'applications smartphone et tablettes tactiles, référencement, community management et relation presse interactive, marketing social et solidaire, accessibilité ...)



Expert reconnu dans le traitement des encaissements, notre savoir-faire s'est naturellement étendu à la gestion de tous types de documents dont ceux gérés dans le cadre du *Fulfilment*. Nos équipes métiers dédiées répondent à l'intégralité de vos besoins, allant de la réception des enveloppes, à l'encaissement des dons, à l'édition des reçus fiscaux, aux traitements des PND, à l'enrichissement de la base de votre association et également à la gestion de votre Back office. Notre produit Global'Collect est interfacé avec 8 CRM du marché, que nos collaborateurs utilisent au quotidien. Avec nos partenaires bancaires, nous assurons vos encaissements et échanges de fichiers de la remise en Banque au crédit en compte.
Déjà plus de 25 associations nous font confiance, rejoignez-nous.



Cabinet spécialisé en audit, conseil, fiscalité et droit, et transactions, les équipes **EY** dédiées aux organismes sans but lucratif s'unissent pour vous aider à concrétiser vos projets. Elles anticipent les tendances du secteur, identifient leurs impacts et vous apportent une vision prospective.



Spécialisé depuis plus de vingt ans dans la levée de dons majeurs, **Factary** fonde son travail de conseil sur une expertise unique en recherche de prospects, sur ses liens étroits avec le monde de la philanthropie stratégique et sur son expérience de l'accompagnement d'un grand nombre d'associations et d'ONG dans l'élaboration et la mise en œuvre de stratégies Grands Donateurs, en France et en Europe. Notre conviction : vos choix stratégiques doivent reposer sur une connaissance approfondie du marché et sur la juste évaluation de votre potentiel de Grands Dons.



Faircom est un réseau international d'agences spécialisées en fundraising. Il rassemble près de 50 experts de la communication et de la collecte de fonds, intervenant autour de trois agences : Paris, New-York et Genève. Nous accompagnons les organisations à but non lucratif du conseil stratégique à la réalisation opérationnelle : Com'collecte > Mobilisation et E-fundraising > Innovation > Marketing Direct > Libéralités > Grands dons > Collecte à l'international



GiveXpert est un éditeur d'applications de fundraising et prestataire web et mobile pour le secteur associatif. Nous avons développé et maintenons les formulaires de dons en ligne de nombreuses organisations sans but lucratif françaises et suisses : Associations, fondations, universités, congrégations, hôpitaux ...



Innovairre est le leader mondial dans la collecte de fonds et offre des solutions pointues en marketing direct. Plus d'un milliard de messages sont produits chaque année dans le monde en maximisant les affranchissements, en gérant les chaînes d'approvisionnement et la logistique. Le but du groupe est de valoriser les campagnes de marketing direct en utilisant une approche scientifique du marketing. De plus la personnalisation des composants papiers et de la prime sont la clé pour une remontée optimale des résultats. Innovairre en a fait sa spécialité !



Découvrez **ProDon**, le logiciel reconnu au niveau international dans la gestion de vos activités de collecte de fonds. Cette application CRM complète et entièrement dédiée au monde philanthropique vous permettra d'organiser, trouver facilement vos contacts et centraliser vos données, assurer tous vos suivis qualitatifs ou quantitatifs, qualifier vos donateurs afin de mieux cibler vos sollicitations, développer votre collecte et optimiser vos actions, conduire vos campagnes de prospections et mesurer les résultats, simplifier le traitement des dons (saisie, remise en banque, reçus fiscaux, remerciements), analyser votre base de données (segmentations, analyses croisées) et réaliser et transmettre vos résultats (rapports standards et personnalisés).



30 consultants et créatifs spécialisés sont à vos côtés, avec toutes les compétences on et offline intégrées. Notre mission : vous aider à bâtir et produire une stratégie omni-canal innovante en totale cohérence, pour vous donner un avantage concurrentiel, une efficacité en collecte certaine et durable.



Oktos est un cabinet indépendant spécialisé dans le marketing de la « Data » et ses applications « 1 to 1 », qui propose depuis 1994 des solutions innovantes d'optimisation de la Fidélisation, de la Prospection, et de la Valeur client, reposant sur une forte expertise des marchés en B2C, et en B2B. Fortement présent dans le fundraising, Oktos accompagne actuellement une vingtaine d'associations et de fondations.



Faites comme l'Institut Pasteur de Lille et la Société de Saint-Vincent-de-Paul, choisissez **PN-manager®** de **PNdata**, la solution 100% web de gestion des BDD donateurs. Points forts : ergonomie, intuitivité, requêteur marketing intégré, gestion des legs, normes SEPA… PNdata c'est aussi l'ensemble des solutions nécessaires au bon déroulement de vos campagnes (rnvp, déduplication, datamining, enrichissement, …).



Publicis Technology est l'activité d'expertise en « IT Managed Services » du Groupe Publicis, société de services du groupe au sein de DigitasLBI. Le secteur caritatif est celui où nous déployons la totalité de nos Managed Services : Infogérance, Maintenance, Service client Help desk, autour d'une solution logicielle métier SIRIUS 3.
DigitasLBi est né de la fusion de deux grands réseaux Digitas et LBi pour devenir le premier réseau digital mondial.



Prestataire de gestion de base de données-CRM
TopdDon© : solution CRM dernière génération pour optimiser votre collecte de dons. Modulable, elle évolue au rythme de vos besoins, et convient aux petites associations comme aux grandes : relation donateurs ultra-personnalisée, ciblages et extractions faciles, tableaux d'analyse complets, stratégies multicanal…
TopServices© : gestion de votre *fullfilment*.

Partenaire soirée et networking

change.org



Partenaire des pauses café



Opérateur de centres de contacts depuis 2001, **ADM VALUE** est spécialisé dans la Gestion de la Relation clients et donateurs en Offshore (Maroc et Madagascar). ADM VALUE est la référence métier par sa compréhension des problématiques des associations et par l'apport de solutions efficaces et rentables. Nous offrons à nos clients un savoir-faire reconnu dans le traitement des appels entrants/sortants et des courriels, notamment pour le recrutement et/ou la fidélisation des donateurs. Nous proposons un service sur mesure et dédié à chaque association.

Partenaire Apéro Quizz



Adress Company est spécialiste de la location de fichiers dans le secteur de la collecte de fonds depuis près de 25 ans. A travers le panel de solutions que propose Adress Company pour recruter et fidéliser les donateurs, le conseil auprès des associations est au cœur de notre réflexion. Parfaitement ancrés dans l'univers du fundraising, nous accompagnons aujourd'hui les plus grandes associations françaises.

Partenaires médias



Juris associations est la première revue juridique et pratique pour gérer toutes les activités des organismes sans but lucratif (OSBL) : associations, fondations, fonds de dotation, acteurs de l'économie sociale... Outil de veille et d'information, d'aide à la décision mais aussi d'analyse et de réflexion pour des milliers de dirigeants associatifs et leurs conseillés, Juris associations est le bimensuel de référence des organismes sans but lucratif !



La Chaîne du Cœur propose sur son site www.lachaineducoeur.fr, de connecter associations et internautes qui veulent s'engager via des reportages vidéo sur le terrain. Calendrier des évènements associatifs, plateforme de dons, échanges de bons plans sont sur ce site ! Au-delà d'informer, cette plateforme web de la solidarité propose donc aux internautes des services et outils pour devenir de véritables acteurs solidaires. Lachaîneducoeur.fr, le web media qui donne envie de s'engager.



Association loi 1901, **Webassoc.fr** est une communauté de professionnels du web qui aide bénévolement les associations humanitaires, caritatives, environnementales, médico-sociales ou éducatives. Créé en novembre 2013, avons déjà aidé plus de 200 associations par nos événements de partages de compétences et nos accompagnements personnalisés.

Les partenaires

L'Association Française des Fundraisers remercie très sincèrement tous les partenaires du **14e séminaire francophone de la collecte de fonds**

Partenaire principal

EXCEL

Partenaire or

Optimus

Partenaire argent

eudonet

LA POSTE | SOLUTIONS BUSINESS

TALK fundraising

Partenaires bronze

adfinitas RELATIONSHIP FUNDRAISING

années Lumière LA COMMUNICATION UTILE

CREDIT COOPERATIF

donicité FUNDRAISING

ecedi

EURO T.V.S

EY Building a better working world

factary knowledge for good

FAIRCOM PARIS International

GiveXpert

innovairre innovate for good

PRODON www.LOGILYS.com

YYY

maxyma FUNDRAISING

oktos

PNdata manager INTERFACE FULL WEB DE GESTION DES BDD

Publicis Technology

Top data

Partenaires médias

jurisassociations

la chaîne du cœur.fr

webassoc

Partenaire Apéro Quizz

ADRESS company

Partenaire des pauses café

ADM Value

Partenaire soirée et networking

change.org

Contactez l'équipe de l'AFF :
par téléphone au 01 43 73 34 65
ou par email à info@fundraisers.fr

Informations et inscription
sur www.fundraisers.fr

